

**A Televisão e os Adolescentes: preferências
e expectativas face à programação educativa**
Rui Lopes Pinheiro

UMinho | 2010



Universidade do Minho
Instituto de Educação

Rui Lopes Pinheiro

**A Televisão e os Adolescentes: preferências
e expectativas face à programação educativa**

Outubro de 2010



Universidade do Minho
Instituto de Educação

Rui Lopes Pinheiro

A Televisão e os Adolescentes: preferências e expectativas face à programação educativa

Mestrado em Ciências da Educação
Área de Especialização em Tecnologia Educativa

Trabalho realizado sob a orientação do
Professor Doutor Bento Duarte da Silva

Outubro de 2010

DECLARAÇÃO

Rui Lopes Pinheiro

Endereço electrónico: rlpbraga@gmail.com

Número do Bilhete de Identidade: 12629505

Título da tese:

A Televisão e os Adolescentes: preferências e expectativas face à programação educativa

Orientador: Professor Doutor Bento Duarte da Silva

Ano de conclusão: 2010

Designação do Mestrado:

Mestrado em Ciências da Educação – Área de Especialização em Tecnologia Educativa

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA TESE/TRABALHO, APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, 30 de Outubro de 2010

Rui Lopes Pinheiro

A todos os que contribuíram para a realização deste estudo, os meus agradecimentos.

A minha maior gratidão ao Doutor Bento Silva, pelo tempo dispendido, pelo apoio e orientação durante todo o desenvolvimento do meu trabalho.

O meu muito obrigado ao Rui Nunes, realizador da 2^a e 3^a séries da Rua Sésamo.

Os meus agradecimentos ao escritor, professor e investigador Dinis Manuel Alves, pela brilhante opinião concedida.

Uma palavra de agradecimento ao jornalista e executivo de televisão Francisco Penim, pela sincera e contributiva opinião.

O meu obrigado à directora de informação da RTP Teresa Paixão, pela proveitosa informação concedida.

Uma palavra de agradecimento à Joana Pratas e ao Gonçalo Moura, assessora e responsável de programação dos canais Fox em Portugal.

O meu obrigado ao Paulo Newton, assessor do canal educativo TV Escola.

Os meus agradecimentos ao Doutor Sérgio da Silva, director dos Serviços de Assessoria, Concepção e Avaliação do Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

O meu obrigado ao Doutor Nuno Pinheiro, Director Executivo da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

O meu obrigado à Doutora e Investigadora Laura Maria Coutinho, da Faculdade de Educação da Universidade de Brasília.

A ti Sara, por tudo

Resumo

Desde o seu surgimento que a televisão se revelou na melhor forma de comunicar de sempre, tendo-se tornado um meio de comunicação de massas. A TV adquiriu um estatuto especial em quase todos os lares portugueses (mesmo vivendo numa época em que a internet surge como sustentáculo principal da mais recente geração, a geração digital) a televisão sempre foi e continuará a ser o melhor meio de entretenimento para a maior parte das famílias.

Ao mesmo tempo que a TV se transformou num importante meio de difusão de mensagens de diferentes tipos (ideológicas, políticas, publicitárias, etc.) tornou-se numa imaculável fonte de comunicação, que alguns consideram capaz até de ensinar e educar, apresentando-a actualmente como ferramenta educomunicacional.

Compreender a perspectiva edocomunicacional da televisão requer uma observação da sua relação com a escola e desvendar se a televisão pode realmente funcionar como uma ferramenta útil para a prática docente. Assim, questiona-se, discute-se e desvenda-se se existe a necessidade de os professores, educadores e pais “educarem para os *media*”.

Apresentado o mote para a discussão/dissertação do tema, onde se procura reflectir sobre a qualidade dos programas transmitidos pela televisão nacional, parte-se para a descoberta da forma como a visualização deste *media* influencia o crescimento e desenvolvimento das crianças e dos jovens portugueses.

Ao mesmo tempo que se apresenta o contexto do surgimento da televisão portuguesa, apura-se a forma como esta evoluiu até aos dias de hoje e analisa-se a qualidade de programação ostentada pelos canais nacionais.

Consciente da necessidade de uma observação mais directa e concludente apresenta-se o resultado da aplicação de inquéritos numa escola do ensino secundário, a fim de conhecer as preferências e expectativas face á programação televisiva de cariz educativo.

Palavras-chave: Televisão. Programa televisivo. Desenvolvimento. Educação. *Media*.

Abstract

Ever since its emergence television has revealed itself as the best form of communication of all times, having become a means of mass communication. TV achieved a special statute in almost every Portuguese home (even when living in a time when internet comes up as the main support for the most recent generation, the digital generation) and television has always been and will continue to be the best means of entertainment for most part of the families.

At the same time as TV transformed itself in an important means of dissemination of different types of information (ideological, political, advertising, etc.), it became an immaculate communication source considered by some as capable of teaching and education, presenting it nowadays as an educommunication tool.

Understanding television's educommunication perspective requires observing its relation with school and finding out whether television can really work as a useful tool for the teaching practice. Thus, it is questioned, discussed and revealed whether the need exists for teachers, educators and parents to "educate for the *media*".

The subject matter for the theme's discussion/ dissertation having been presented, in which one seeks a reflection on the quality of the programs transmitted by national television, one sets out to discover how this *media's* visualization influences the growth and development of the Portuguese children and youngsters.

At the same time as the context of Portuguese television's emergence is presented, the way it has evolved up to our days is scrutinized and the quality of the national channels' programs is analyzed.

Aware of the need for a more direct and conclusive observation, the application forms results in a secondary education school are presented, so as to know the preferences and expectations as far as educational television programs are concerned.

Keywords: Television. Television program. Development. Education. Media.

Índice geral

Agradecimentos	iii
Resumo	v
Abstract	vii
Índice geral	ix
Índice de figuras	xii
Índice de quadros	xv
INTRODUÇÃO	1
PARTE I – FUNDAMENTOS TEÓRICOS	
1. A importância da televisão para o desenvolvimento e crescimento das crianças	5
2. A evolução da televisão	
2.1. Terá a televisão qualidade suficiente?	13
3. Televisão educativa - afinal o que é?	
3.1. Das primeiras emissões de televisão até ao surgimento do conceito de televisão educativa	
3.1.1. As primeiras emissões televisivas	25
3.1.2. A criação e evolução dos programas para crianças em Portugal	29
3.1.3. O surgimento do conceito de <i>Televisão Educativa</i>	48
4. Existirão programas verdadeiramente educativos?	
4.1. O exemplo de “A Rua Sésamo”	51
5. A relação entre a Televisão e as Instituições Educativas	
5.1. Televisão e professores – uma relação de reciprocidade ou antagonismo?	65

5.2. As possibilidades de aproveitamento da televisão para a prática docente	69
5.3. A necessidade de Educar para os <i>Media</i>	74
PARTE II – METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO	
1. Desenho do Estudo	
1.1. Problema e Questões de Partida	85
2. Opções Metodológicas do Estudo	88
3. Objectivos da Investigação	88
4. População e da Amostra	89
5. Instrumentos e Processo de recolha de dados	91
6. Tratamento dos dados	91
PARTE III - APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	
1. TV em casa	95
2. Ocupação dos tempos livres	
2.1. Actividades à semana (2 ^a a 6 ^a feira)	97
2.2. Actividades ao Sábado	103
2.3. Actividades ao Domingo	108
3. Tipo de programas visualizados	113
4. Canais mais vistos	115
5. Programas mais vistos	123
6. Qualidade da programação	127
7. Programação educativa	129
8. Mudanças para a TV	130

PARTE IV - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerações finais	135
----------------------------	-----

BIBLIOGRAFIA E WEBSITES

I - Bibliografia	143
------------------------	-----

II - Websites	149
---------------------	-----

ANEXOS

I - Anexo - Pedido de autorização para a aplicação dos inquéritos	155
---	-----

II - Anexo - Entrevistas	156
--------------------------------	-----

III - Anexo - Inquérito	160
-------------------------------	-----

IV - Anexo - Quadros de dados	161
-------------------------------------	-----

Índice de figuras

Figura 1 - A publicidade na televisão é apontada como a melhor estratégia de marketing mais utilizada para levar as crianças ao consumo	6
Figura 2 - A estratégia adoptada por muitas empresas passa pela oferta de brinquedos às crianças aquando a compra dos seus produtos (na imagem exemplo de uma cadeia de <i>fast food</i>)	7
Figura 3 - O cão Dói-Dói, personagem principal do programa infantil <i>O Quarto dos Brinquedos</i>	32
Figura 4 - Tempos Totais de Emissão e Tempos de Emissão Infantil e Juvenil em minutos da RTP1, RTP2, SIC e TVI (de Outubro de 2007 a Setembro de 2008)	38
Figura 5 - Fig. 5 Tempos totais de Emissão e Tempos de Emissão Infantil e Juvenil em minutos da RTP1, RTP2, SIC e TVI (de Outubro de 2007 a Setembro de 2008)	39
Figura 6 - Total de programas infantis e juvenis e respectivo tempo de emissão em minutos da RTP1, RTP2, SIC e TVI (de Janeiro de 2009 a Setembro de 2010)	40
Figura 7 - Tempos totais de Emissão e Tempos de Emissão Infantil e Juvenil em minutos (conjunto dos 4 Canais)	40
Figura 8 - Tempo dedicado á transmissão de programação infantil pela RTP, RTP2, SIC e TVI na primeira semana de Março de 2010	42
Figura 9 - Percentagem de audiências por género e por idades na primeira semana de Março (dia 01/03/10 a 07/03/10)	42
Figura 10 - Percentagem de audiências na primeira semana de Março (dia 01/03/10 a 07/03/10)	43
Figura 11 - Percentagem de audiências dos canais cabo na primeira semana de Março (dia 01/03/10 a 07/03/10)	44
Figura 12 - Apresentação do programa <i>O Jardim da Celeste</i> , (esquerda) e <i>Ilha das Cores</i> (direita) que passaram na RTP2	46
Figura 13 - Á esquerda a criadora da Sesame Street Joan Cooney, durante as celebrações do 40º aniversário da rua com o mesmo nome da série, em Nova Iorque, Novembro de 2009	52
Figura 14 - Alguns dos países em que a <i>Sesame Street</i> passou	55
Figura 15 - O palestiano Fadi Alghoul segura o boneco Haneen nas preparações para as filmagens de uma cena da Rua Sésamo (<i>Shara'a Simsim</i>) num estúdio de West Bank em Outubro de 2009	56

Figura 16 - O actor palestiano Ezzat Natsheh conversa com o boneco Kareem (actor Shaden Zamarini) durante as filmagens de mais uma cena da série no estúdio de West Bank em Outubro de 2009	56
Figura 17 - Jim Henson e Joe Raposo, dois dos principais nomes ligados à produção da <i>Sesame Street</i>	57
Figura 18 - O elenco da <i>Rua Sésamo</i> em 1991	60
Figura 19 - Esquema organizacional sob o qual assentam as estruturas da tecnologia educativa	66
Figura 20 - Causas que levaram a discussões (com os pais)	78
Figura 21 - Peso da percentagem dos alunos inquiridos relativamente ao total de alunos da escola	90
Figura 22 - Género do total dos alunos inquiridos	90
Figura 23 - Alunos que têm TV Cabo/Satélite em casa	95
Figura 24 - Alunos que têm televisor no quarto	95
Figura 25 - Alunos que têm televisor no quarto por género	96
Figura 26 - Alunos que têm televisor no quarto por idade	96
Figura 27 - Número de televisores que cada aluno tem em casa	97
Figura 28 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam a actividades à semana	98
Figura 29 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão à semana por género .	99
Figura 30 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão à semana por idades ..	101
Figura 31 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam a actividades ao sábado	103
Figura 32 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão ao sábado por género	105
Figura 33 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão ao sábado por idades	107
Figura 34 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam a actividades ao domingo	109
Figura 35 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão ao domingo por género	110
Figura 36 - Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão ao domingo por idades	111
Figura 37 - Tipo de programa mais visto	113
Figura 38 - Canal mais visualizado em 1º, 2º e 3º lugar pela população inquirida	117
Figura 39 - Canal mais visualizado em 1º lugar pela população inquirida por género	118
Figura 40 - Canal mais visualizado em 2º lugar pela população inquirida por género	119
Figura 41 - Canal mais visualizado em 3º lugar pela população inquirida por género	120

Figura 42 - Canal mais visualizado em 1º lugar pela população inquirida por idades	121
Figura 43 - Canal mais visualizado em 2º lugar pela população inquirida por idades	122
Figura 44 - Canal mais visualizado em 3º lugar pela população inquirida por idades	122
Figura 45 - Programa mais visualizado em 1º, 2º e 3º lugar pela população inquirida	125
Figura 46 - Programa mais visualizado em 1º lugar pela população inquirida por género ..	125
Figura 47 - Programa mais visualizado em 2º lugar pela população inquirida por género ..	125
Figura 48 - Programa mais visualizado em 3º lugar pela população inquirida por género ..	126
Figura 49 - Programa mais visualizado em 1º lugar pela população inquirida por idade	126
Figura 50 - Programa mais visualizado em 2º lugar pela população inquirida por idade	127
Figura 51 - Programa mais visualizado em 3º lugar pela população inquirida por idade	127
Figura 52 - Opinião acerca da programação transmitida pela RTP1	128
Figura 53 - Opinião acerca da programação transmitida pela RTP2	128
Figura 54 - Opinião acerca da programação transmitida pela SIC	128
Figura 55 - Opinião acerca da programação transmitida pela TVI	128
Figura 56 - Análise comparativa da opinião acerca da programação transmitida pelos quatro canais nacionais	129
Figura 57 - Opinião dos alunos acerca do conhecimento de canais que transmitem programação educativa	129
Figura 58 - Canais, que na opinião dos inquiridos transmitem programas educativos	130
Figura 59 - Opinião geral dos inquiridos acerca do que mudariam na programação dos canais de televisão nacional	131

Índice de quadros

Quadro I - Critérios que definem a qualidade da televisão para crianças	21
Quadro II - Principais princípios orientadores presentes na Carta da Televisão para Crianças	23
Quadro III - Aspectos sob os quais assenta a necessidade de educar para os <i>media</i>	77
Quadro IV - Distribuição do total de alunos da Escola Secundária por ano de escolaridade	89
Quadro V - Ano de escolaridade dos alunos inquiridos	90
Quadro VI - Idade dos alunos inquiridos relativamente ao total da amostra	90
Quadro VII - Tempo que os alunos dedicam à realização de actividades à semana por género	99
Quadro VIII - Tempo que os alunos dedicam à realização de actividades à semana por idades	101
Quadro IX - Tempo que os alunos dedicam à realização de actividades ao sábado por género	104
Quadro X - Tempo que os alunos dedicam à realização de actividades ao sábado por idades	106
Quadro XI - Tempo que os alunos dedicam à realização de actividades ao domingo por género	108
Quadro XII - Tempo que os alunos dedicam à realização de actividades ao domingo por idades	111
Quadro XIII - Tipo de programa visualizado por género	114
Quadro XIV - Tipo de programa visualizado por idade	115
Quadro XV - Canal mais visto pela amostra (em 1º, 2º e 3º lugar)	116

Introdução

A televisão educativa surge como tema ancorante para a história de uma sociedade em transformação. De uma sociedade marcada pelas relações concretas e físicas, baseada nas relações materiais, passamos a uma sociedade assente nas relações virtuais e de comunicação, levando mesmo vários autores a denominá-la de sociedade de mudanças. Vivemos no tempo da comunicação, em que o mundo vai abrindo caminho a novas linguagens, aspecto que se vai reflectindo tanto na cultura como na escola. Simultaneamente, há um grande assédio a uma incorporação de novos meios de comunicação ao serviço da educação (Tornerio, 2007) – falamos concretamente da televisão – desse objecto que faz parte das nossas rotinas, que está presente nos diversos espaços sociais e ao qual damos grande importância, esse objecto que consegue ser simultaneamente uma forma de lazer e uma fonte de informação de tudo o que ocorre no mundo (Fischer, 2005).

É neste contexto que nasce a presente dissertação, realizada para a obtenção do grau de Mestre em Educação - área de Especialização em Tecnologia Educativa.

Deste modo, e por se tratar de um tema com extrema complexidade, pareceu necessário dividir este trabalho em quatro partes (que se subdividem em vários capítulos), de forma a tornar mais fácil a leitura e percepção de todas as questões a tratar.

Assim, na primeira parte deste estudo, tenta-se de algum modo, dar a conhecer a importância da televisão para as crianças, bem como a sua influência no crescimento, desenvolvimento e aprendizagens das mesmas. Não podemos de nenhum modo deixar de referir que essa caracterização é acompanhada de uma visão do contexto actual da televisão no nosso país, tendo por base o surgimento e a evolução dos canais nacionais.

Por outro lado, tentar-se-á definir o conceito de *televisão educativa*, bem como a sua evolução e a importância desta para as crianças/adolescentes de hoje, neste ponto tentar-se-á responder a duas questões essenciais: Existirá televisão realmente educativa? Ostentará ela a qualidade desejável?

O final da primeira parte estará marcado por uma pequena análise da relação entre este importantíssimo meio de comunicação – a televisão - e as escolas e instituições de ensino, e centrará o seu recheio em três questões: a relação entre a televisão (educativa) e os professores/educadores; as possibilidades de aproveitamento da televisão para a prática docente e a importância da educação para os *media*.

A segunda parte da dissertação recai na metodologia de investigação, nesta parte faz-se um desenho do estudo, com base em duas questões de partida: será que os alunos deixam de fazer determinadas actividades lúdicas em virtude de utilizarem a televisão como principal meio de entretenimento? Será que as escolhas televisivas dos alunos assentam em programação educativa?

Ainda nesta parte, expõem-se as opções metodológicas utilizadas (para além da revisão bibliográfica, metodologia do tipo survey descritivo e exploratório) e definem-se os objectivos da investigação: obter dados referentes aos padrões comportamentais dos adolescentes, tendo por base a relação destes com o audiovisual televisão e com as restantes tarefas do dia-a-dia. Ainda nesta parte, faz-se referência à população que participa neste estudo (um conjunto de alunos do ensino secundário) e aos instrumentos que levaram ao processo de recolha de dados (a aplicação de um inquérito).

Na terceira parte da dissertação apresentam-se e discutem-se os resultados do estudo. Esta parte divide-se em oito pontos, correspondendo cada um a uma variável analisada: 1. TV em casa; 2. Ocupação dos tempos livres; 3. Tipo de programas visualizados, 4. Canais mais vistos; 5. Programas mais vistos; 6. Qualidade da programação; 7. Programação educativa e 8. Mudanças para a TV.

A finalizar a dissertação e em jeito de conclusão (Parte IV), estão colocadas as reflexões finais do estudo, bem como algumas questões com vista a desabotoar futuras investigações acerca deste tema.

Estão assim determinadas as principais linhas orientadoras deste trabalho, para que o leitor consiga chegar ao objectivo principal: perceber de que modo é que um dos mais importantes e acessíveis meios de comunicação - a televisão - influencia o desenvolvimento e a aprendizagem das crianças e dos jovens de hoje.

PARTE I – FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1. A importância da televisão para o desenvolvimento das crianças

“(...) a televisão é parte integrante do quotidiano das crianças e, como tal, participa no seu processo de socialização (...)”

(Pereira, 2005:21)

Ao longo dos tempos a presença da televisão foi mudando os costumes e o quotidiano dos lares, assumindo um papel fundamental na sociedade. Sendo a segunda metade do séc. XX marcada pela *cultura de massas* (Pacheco, 1992), a televisão foi o meio de comunicação por excelência que melhor promoveu essa cultura. Ela foi anunciando características que lhe dão uma singularidade própria, salientando-se, por um lado, o facto de não necessitar de alfabetização, pois assenta numa linguagem audiovisual entendida por todos, e por outro, o facto de não haver *mediação*, pois esta acede directamente e com facilidade ao lar, estando igualmente em sintonia com as características de globalização das sociedades (Tornerio, 2007). Aliás, este aspecto é salientado por Ponte (1998, cit. Dorn, 1986) quando refere que o sucesso da televisão se deveu essencialmente a três vectores: a maior acessibilidade e presença nos lares, o seu peso fortíssimo nas rotinas familiares e na ocupação dos tempos livres e a facilidade de manejo do televisor por parte das crianças, mesmo pequeninas.

Outro aspecto interessante a ter em conta é o facto de que enquanto antigamente se caracterizava a televisão como um meio de comunicação de massas, hoje há uma tendência diferente, uma tendência baseada na “personalização da oferta” em termos televisivos e serviços comunicativos, pois as pessoas tem cada vez mais facilidades e aceder a pacotes de produtos “personalizados e individualizados” (Tornerio, 2007, cit. Stuchi, 1994). A par desta evolução, podemos reparar que na medida em que a oferta de produtos televisivos aumenta (nomeadamente canais privados), o telespectador (no qual se incluem as crianças) também tem maior opção de escolha. Falamos logicamente da televisão digital e da incorporação da internet na mesma, levando-nos a considerar que os *mass media* estão a dar lugar aos *auto media*. (*idem*).

Assim, de entre os meios de comunicação, a televisão foi ganhando destaque pela sua ampla capacidade de atingir as diversas classes sociais, disseminando os produtos da indústria cultural e a ideologia dominante aos diferentes sujeitos sociais e de diferentes faixas etárias.

São vários os estudos que se têm debruçado sobre as consequências da televisão no quotidiano das crianças, mas se uns autores defendem a promoção deste meio audiovisual,

outros sustentam teorias que defendem o carácter mal-intencionado e prejudicial da televisão. É nesta dualidade de teorias que se baseia o presente capítulo.

Num contexto em que a sociedade de hoje assenta numa sociedade de consumo, a TV tem servido como uma excelente estratégia de marketing de vários produtos ou ideias, contribuindo para reforçar toda a lógica de consumo que nos rodeia. Aliás, alguns autores referem que é neste contexto que, desde a sua infância, as crianças aparecem e vão crescendo como consumidoras em potencial¹ devido às suas características de compradoras imediatas e de futuros adultos que serão inseridos duplamente nas relações comerciais do capital, vendendo sua força de trabalho e reproduzindo o lucro no consumo (Capparelli, 1998, cit. por Pacheco, 1998). Este autor chega a referir mesmo que a televisão tem contribuído para a *(de)formação* dos sujeitos, determinada pelas concepções ideológicas do mercado, formando os indivíduos para o consumo² (fig. 1).



Fig. 1 A publicidade na televisão é apontada como a melhor estratégia de marketing utilizada para levar as crianças ao consumo³.

¹ Se analisarmos o conceito de infância podemos ver que este tem caracterizado a criança em diferentes contextos históricos como um vir-a-ser, como um ser incompleto em relação ao adulto (ser completo). Esta ideia trabalha com a teoria de que a criança é imperfeita e precisa ser formada por modelos de ensino-aprendizagem e pelos conhecimentos determinados pelos adultos que representam o estágio mais evoluído de um ser humano. Tal perspectiva desconsidera que as crianças sejam sujeitos históricos capazes de modificarem o mundo e serem dialeticamente por ele modificadas, cabendo-lhes somente a assimilação passiva dos conteúdos culturais produzidos historicamente pelo homem adulto (Silva, 2005).

² Este autor reforça bastante a ideia que a exploração de mercados voltados para o público infantil através da produção, marketing e venda de mercadorias culturais são características da autonomização deste mercado, destinado a uma sociedade de consumo em massa (Capparelli, 1998, cit. por Pacheco, 1998).

³ <http://imprensamarromecia.blogspot.com/2009/02/>.

A mesma ideia é reforçada por Pinto e Pereira (1998) quando referem que muitas vezes a televisão assenta num modelo (publicitário) da criança consumidora, baseado no objectivo de uma indução de práticas de aquisição de determinados produtos, onde as atenções residem em primeiro lugar nos produtos (não passando as crianças de potenciais clientes, de possíveis consumidores). Todas estas ideias relativas à criança consumidora e ao facto da eficácia da comunicação publicitária estar cada vez mais ligada ao estudo dos mundos sociais das crianças, levaram Mathews (1997) a proferir a afirmação de que “a criança hoje é um consumidor muito peculiar que pensa e age de uma forma completamente diferente da criança que nós já fomos” (Mathews, 1997, cit. por Pinto e Pereira, 1999).

A eficácia de comunicação da televisão atrás referida assenta numa panóplia de linguagens diferentes, que muitas vezes apelam aos sentidos do público, nas palavras de Moran (2008:97):

“A eficácia de comunicação (...) da televisão deve-se também à capacidade de articulação, de superposição e de combinação de linguagens diferentes – imagens, falas, música, escrita – com uma narrativa fluida, uma lógica pouco delimitada, géneros, conteúdos e limites éticos pouco precisos, o que lhe permite alto grau de entropia, de flexibilidade, de adaptação à concorrência, a novas situações. Num olhar distante tudo parece igual, tudo se repete, tudo se copia; ao olhar mais de perto, por trás da fórmula conhecida, há mil nuances, detalhes que introduzem variantes adaptadoras e diferenciadoras” (fig. 2).



Fig.2 A estratégia adoptada por muitas empresas passa pela oferta de brinquedos às crianças no momento da compra dos seus produtos (nas imagens exemplos de uma cadeia de *fast food*)⁴.

⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=9RtGASD49ww&feature=related>.

No entanto, é de destacar que a legislação vigente se baseia num modelo proteccionista - legislação sobre a Actividade da Televisão (Lei n.º58/90 de 7 de Setembro) e Código da Publicidade⁵ (Dec.-Lei n.º33/90 de 23 de Outubro), que assenta num conjunto de preocupações no sentido de proteger as crianças dos conteúdos veiculados pelos *mass media*, nomeadamente em relação a programas susceptíveis de influir negativamente na formação da personalidade das crianças ou adolescentes⁶ e de ter sempre em conta a vulnerabilidade psicológica das crianças, a sua inexperiência e credulidade⁷ (Pinto e Pereira, 1998).

Os mesmos autores referem ainda que o modelo proteccionista televisivo assenta numa visão de criança que se pode caracterizar como indefesa, fortemente influenciável e vulnerável face aos conteúdos mediáticos, prevalecendo a ideia de que as crianças necessitam de ser protegidas dos possíveis efeitos negativos que nelas podem exercer os *media (idem)*.

A este respeito Berros (2005) aponta nos seus estudos que as crianças e os adolescentes podem ter diferentes formas de se relacionar com a televisão:

“El niño-sofá: Los adultos se quejan de que los niños están “pegados” al televisor demasiadas horas (e no es solo un temor: las estadísticas lo corroboran. Si, però, que ¿es demasiado?)

El niño-estatua: Se dice aquí que el niño se convierte en un ser pasivo, sin iniciativa; que ve todo, y sin sentido crítico, etc.

El niño-solitário: Aquí se plantean los temores relacionados com la interacción social. El niño, al ver la televisión, no se relaciona com otros niños, solo con la televisión, que se erige así en su amiga. Esto lo convierte en un ser asocial.

El niño-amoral: Aquí se plantea el recurrente problema de la violencia televisiva y su influencia sobre las conductas agresivas del niño. A ello se añade hoy la preocupación por la influencia de la presencia en televisión de imágenes de sexo y alcohol.

El niño-distorcionado: La televisión transmite un mundo diferente del mundo real, lo que llevaría a adquirir creencias erróneas, actitudes consumistas, prejuicios, etc.

⁵ Neste ponto interessa chamar a atenção para o artigo 14º da Secção II - Restrições ao Conteúdo da Publicidade, aos Menores do “Código de Publicidade”, em que o artigo *invoca a vulnerabilidade psicológica das crianças para estabelecer um conjunto de restrições em relação à publicidade especialmente dirigida àquele público, proibindo de: a) incitar directamente os menores, explorando a sua inexperiência ou credulidade, a adquirir um determinado bem ou serviço; b) incitar directamente os menores a persuadirem os seus pais ou terceiros a comprarem os produtos ou serviços em questão; c) conter elementos susceptíveis de fazerem perigar a sua integridade física ou moral, designadamente pelo incitamento à violência; d) explorar a confiança especial que os menores depositam nos seus pais, tutores ou professores*. O Código estipula ainda que *os menores só podem ser intervenientes principais nas mensagens publicitárias em que se verifique existir uma relação directa entre eles e o produto ou serviço veiculado* (Pereira *et al*, 2009).

⁶ Dec - Lei nº 58/90, artº 17º.

⁷ Dec.- Lei nº 33/90, artº 14º.

El niño-esclerotizado: El temos aqui es que el niño no desarrolle su imaginación y su fantasia. Según esto, todos los elementos de cualquier historia le vienen dados por la televisión (lo que ocurre com la lectura, se dice), por lo que el niño no hará ningún esfuerzo por imaginar nada nuevo, etc.”

Não podemos descurar o facto de que cada caso é um caso, e depende muito do contexto em que vive cada criança, pois o meio geográfico e o contexto familiar em que a criança vive, a idade, o sexo, o seu nível de desenvolvimento cognitivo, afectivo e social, as próprias características dos programas televisivos, “constituem importantes filtros na relação que a criança estabelece com o pequeno ecrã e constituem, por isso, factores importantes quando pretendemos estudar e analisar a relação das crianças com a televisão” (Pereira, 2003:2).

Totalmente contrárias às ideias dos autores anteriores, estão as teorias de Adorno e Horkheimer (1985) no referirem que a televisão é um meio de comunicação que amplia as possibilidades imaginárias das crianças, remetendo ao carácter lúdico e da fantasia que esta possui. Todas estas possibilidades remetem a criança a confrontar a realidade vivida com a fantasia do mundo televisivo, estimulando a criatividade. Pacheco (1998) partilha da mesma ideia, referindo que é por meio da televisão, dessa magia, desse fantástico, que a criança elabora suas perdas, materializa seus desejos, compartilha sua vida, anima, muda de tamanho, e se liberta da gravidade, ficando invisível e assim comandando o universo.

Por outro lado, é relevante salientar o papel activo da criança na recepção das mensagens televisivas. As crianças, ao verem televisão, realizam um trabalho activo de descodificação, pois só assim se justifica que consigam dar sentido ao que vêem e consigam utilizar as suas mensagens, mesmo noutros contextos⁸. Contudo, não podemos descurar totalmente as propostas que enfatizam o poder dos *media*, colocando as crianças numa posição de inerente e inevitável passividade, nem as propostas que, salientando os usos e as funções, atribuem aos receptores uma margem de acção e de iniciativa ilimitadas. De acordo com a autora, é importante não correr o risco de, ao rejeitar a perspectiva das crianças como vítimas passivas da televisão, adoptar simplesmente a perspectiva oposta. Ambas as ideias apresentam teorias homogéneas e indiferenciadas de criança, sendo necessário, em qualquer dos casos, considerar que são sempre crianças específicas, vivendo em circunstâncias sociais, culturais e históricas também específicas (Pereira, 2003:3), é neste contexto que Wilbur Shcramm (1965) é

⁸ Pereira (2003) defende a ideia contrária á da imagem da criança passiva e inactiva em frente ao ecrã, partilhada frequentemente pelo senso comum. Segundo a autora, é uma ideia que tem vindo progressivamente a ser abandonada por diversos estudiosos a favor de uma imagem de criança “activa e actriz”, a exercer influência na forma como experiência a TV e a desempenhar o papel mais activo dessa relação (Pereira, 2003).

citado por Sara Pereira (2003:5) pela famosa afirmação, segundo a qual, “mais importante do que saber o que a televisão faz às crianças é saber o que as crianças fazem com a televisão”.

Durante a elaboração deste trabalho tornou-se possível a realização de uma entrevista a Dinis Manuel Alves, jornalista, professor e investigador na área dos *media*, onde uma das questões colocadas se prendeu precisamente com a questão de as crianças imitarem o que vêem na televisão, bem como o facto de esta ser ou não capaz de influenciar comportamentos e hábitos nos mais novos. Na resposta a esta questão, Dinis Alves considerou “inquestionável a existência de efeitos provocados pelos *media* junto de quem usufrui os seus produtos”, no entanto, o autor salientou ainda o facto de que a “rotulá-los de positivo, negativo ou neutro ser de todo um exercício subjectivo”.

Outra ideia reforçada pelo professor e que sublinha o carácter possante da publicidade está afigurada na afirmação de que se a televisão não fosse capaz de transmitir “uma mensagem” e de “induzir à prática de determinados actos, os empresários não investiriam somas astronómicas em publicidade nesse meio” (ideia discutida com mais pormenor no capítulo seguinte). Para reforçar a ideia de que os *media* têm realmente efeitos provocados pelo seu consumo o professor lembrou ainda o efeito de *Werther*⁹. Esta teoria foi novamente sublinhada quando Dinis Alves comentou o facto de há algum tempo atrás algumas telenovelas brasileiras de elevado êxito terem sido utilizadas pelas autoridades governamentais para promoverem e passarem mensagens tendentes a sensibilizar as classes mais pobres a comprarem por exemplo frigoríficos ou chinelos (a questão que se coloca é: será que o objectivo seria mesmo promover a conservação de alimentos e alertar para o flagelo do tétano?).

Outra questão importante e relacionada com a questão activa/passiva da televisão está ligada ao sedentarismo que a televisão poderá provocar nas crianças, que muitos autores apontam. Saliente-se o exemplo de (Parks, 2009)¹⁰, quando refere que “of all the forms of

⁹ O *efeito de Werther* remete-nos para um fenómeno em que um romance (“Die Leindendes Jungen Werthers”, escrito por Goethe) provocou uma onda de suicídios de imitação após a sua primeira publicação em 1774, Phillips (1974) deu como nome a este incidente histórico *efeito de Werther* (Almeida, 2010).

¹⁰ Esta ideia está presente num artigo de Alice Parks, da BBC, intitulado *Watching TV: even worse for kids than you think*, a 4 de Agosto de 2009 e disponível em: <http://www.time.com/time/health/article/0,8599,1914450,00.html?xid=rss-fullhealthsci-yahoo>, acedido em 12/10/09. O artigo baseia-se num estudo elaborado por investigadores espanhóis e refere que o acto de ver televisão é sem dúvida uma das formas mais puras de inactividade. De acordo com a descrição do estudo: “to determine levels of inactivity over one week, the children in the study wore accelerometers, which resemble pedometers but instead of tracking distance, they record the body’s acceleration in a vertical plane – sitting results in a score of zero, and walking and running produce progressively higher scores. The researchers considered anything under a score of 50 per day as sedentary. They couple this data with reports from the children’s parents about how much time the kids spent in inactive pursuits, including watching television (...)”. Algumas das principais conclusões a que os autores chegaram foi ao facto de as crianças terem comportamentos

inactivity, television-viewing was the worst (...) the more TV kids watched, the higher their blood pressure – and the effect held true regardless of whether a child was heavy or at a healthy weight”. Este estudo faz uma correspondência directa entre hábitos que assentam na visualização de televisão com a obesidade infantil (este último aspecto também relacionado por alguns autores com a quantidade de publicidade a comida *fast-food* presente nas transmissões televisivas).

Relativamente às teorias expostas no início deste capítulo, Silva (2005) chama-nos a atenção para o facto de Adorno (1995) complementar a sua definição com a ideia de que se a televisão funciona como um importante meio pelo qual as crianças extraem material para interpretar o real e recriá-lo, temos de ter em conta que, na maior parte das vezes, as produções culturais veiculadas pela televisão propagam um mundo pseudorealista que modela a realidade e tenta fazer transparecer uma realidade ideal (Adorno, 1995). Este autor reforça a ideia, referindo que as produções infantis não fogem a estas determinações, pois a maior parte dos programas infantis, salvo raras e felizes excepções, buscam formar uma criança adaptada aos valores vigentes, consumidoras de uma cultura fútil e reprodutora de um mundo que não é real. Podendo este facto ser comprovado em qualquer sala de aula ou agrupamento em que as brincadeiras preferidas das crianças são as lutas dos mais novos heróis da televisão (Silva, 2005).

Este autor defende a ideia de que as crianças têm capacidade de reelaborar os conteúdos apreendidos, no entanto, aponta como indispensável sabermos quais as condições de educabilidade destas crianças, se os seus professores estão capacitados para fazer a *mediação* e reflexão sobre os conteúdos emitidos pelos meios de comunicação, e se estão, se o fazem ou não. Silva (2005), defende ainda que a grande preocupação é se os sujeitos (sejam elas crianças ou não), sabem ver televisão, e é a partir deste pressuposto que a televisão se pode tornar realmente educativa.

O papel de mediadores não pode recair apenas nos professores ou instituições escolares. Investigações desenvolvidas nas últimas décadas, e em diferentes países, sobre as audiências e suas práticas televisivas, coincidem em considerar a família como a principal “instituição mediadora” da interacção entre as crianças e a televisão (Pereira, 2003:4)¹¹. Estas

sedentários que ultrapassam as 5 horas por dia, sendo que dessas 5 horas cerca de 90 a 300 minutos são a ver televisão, comportamentos que tem como consequência, e como já foi referido, o aumento da obesidade infantil (Parks, 2009).

¹¹ Pereira (2003) apresenta como exemplo um estudo longitudinal (de St. Peters *et al*, 1991), com crianças entre os 3 e os 5 anos de idade sobre os padrões da actividade televisiva que sustentam que “o contexto familiar é central para a socialização do

pesquisas sugerem que os membros da família, sobretudo os adultos, exercem uma influência constante nas crianças, não só ao nível dos gostos e preferências televisivas, mas também dos modos de apropriação do que vêem na televisão. Sugerem também que a compreensão dos conteúdos televisivos e as aprendizagens que as crianças realizam através deste meio são mais efectivas e mais significativas quando os adultos partilham essa actividade e conversam sobre os programas com as crianças. Ao ver televisão com elas, ao estimular a discussão, ao clarificar dúvidas, ao ajudar a interpretar determinadas situações, ao orientar activamente as escolhas - o que no fundo faz parte das funções de socialização - os pais podem influenciar as experiências televisivas das crianças¹², controlando o impacto da televisão nas suas vidas, contribuindo para tornar a televisão num meio facilitador e promotor da aprendizagem (*idem*).

uso da televisão pelas crianças mais novas. As famílias determinam não só o tempo de consumo televisivo das crianças, como também os tipos de programas e a qualidade da experiência televisiva”.

¹² Pereira (2003:4) refere as teorias de Weaver e Barbour (1992) quando lembra as três formas distintas de mediação exercida na família em relação à televisão: “1. Mediação restritiva: ocorre quando os pais controlam (limitando) a actividade televisiva das crianças em termos de tempo, de conteúdos e de tipos de programas que elas podem ou não podem ver. Envolve a implementação e a execução de regras em relação à actividade televisiva da criança. 2. Mediação avaliativa: este tipo de mediação ocorre quando os pais e as crianças vêem televisão com um objectivo, discutem e interpretam os programas com as crianças. Este tipo de mediação proporciona às crianças uma compreensão crítica da televisão. 3. Mediação não-focalizada: é o mesmo que mediação indirecta. Inclui as opiniões e posições dos pais acerca da TV em geral, e comentários genéricos a programas específicos, durante e após o visionamento. Compreende os hábitos e as atitudes dos pais em relação à TV. É a mediação pelo exemplo, pela observação. Exige pouco ou nenhum envolvimento por parte dos pais. Consequentemente, é casual, não deliberada”.

2. A evolução da televisão.

2.1. Terá a televisão qualidade suficiente?

“The development of audiovisual media services in the EU must go hand in hand with the protection of the general interests of all European citizens - including the most vulnerable.”

(Audiovisual and *Media* Policies - Protection of Minors¹³)

É certo que a programação que chega às nossas casas não depende apenas dos gostos e vontades do telespectador, ela depende, sobretudo de factores como “os recursos económicos da estação, a audiência prevista, a imagem e a identidade do canal, a oferta da concorrência, a possibilidade de produção ou a aquisição dos conteúdos”¹⁴ (Lopes e Pereira, 2007:3). No entanto, também é claro que a sua função da maior parte dos programas se baseia na maximização da audiência (tentando-se sobretudo organizar a programação de forma a que um programa se dirija a determinados públicos (*targets*) e os satisfaça. Na simples construção da grelha de programação, os programadores tentam primeiro seduzir a audiência para depois a fidelizar – trata-se de *filosofia de programação* (Cortés, 2001, cit. por Lopes e Pereira, 2007:5). Em todo este processo, os produtores tem de ter em conta a existência de um público pluricultural (Mehl, 1992), bastante heterogéneo, obrigando os produtores a pensar atingir todo o público, não ao mesmo tempo, simultaneamente, mas um público de cada vez, com temas e géneros diferentes, em momentos distintos. Ou seja, esta programação substitui a ideia de hora de “grande audiência” pela ideia de “melhor audiência” possível para uma determinada emissão¹⁵ (Flóres, 1992, cit. por Lopes e Pereira, 2007:7).

¹³ http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/minors/index_en.htm.

¹⁴ Alguns autores referem mesmo que a competitividade entre estações é tanta que se chega a falar mesmo na existência de uma *engenharia de programação*, que tem em conta por exemplo desde a programação anunciada pelos jornais e revistas especializadas, passando pelos intervalos entre as emissões que pontuam o final de determinado programa, até aos genéricos de abertura dos programas (Herreros, 1998, cit. por Lopes e Pereira, 2007).

¹⁵ Alguns autores fazem a distinção entre este tipo de televisão, baseado numa *programação federativa*, que funciona seguindo os pedidos do público. E a *compósita*, em que é o responsável de programas que decide mostrar determinado programa ao grande público, ou porque está bem feito, ou porque é divertido, ou porque é interessante, ou porque é novo. O programador fá-lo procurando a faixa horária que mais convém ao público visado, procurando simultaneamente harmonizar o programa com o que o precede ou sucede. A *programação federativa* deve tudo à venda dos espaços publicitários, enquanto na *programação compósita* as principais preocupações são com a audiência e com a imagem da estação emissora. Esta filosofia de programação requer, todavia, um certo gosto de risco a que não se pode autorizar a *programação federativa*. Por exemplo, em certas alturas, um programador compósito pode optar por tomar decisões em contra-corrente com o fluxo habitual. A *programação federativa* representa o *nec plus ultra* do modelo generalista: “todos os tipos de telespectadores a todos os instantes, o maior público a todo o momento, parece ser a montagem mais adequada ao conceito de televisão generalista de massa” (Mehl, 1992, cit. por Lopes e Pereira, 2007).

A maior parte dos estudos acerca do poder educativo da televisão ou sobre os efeitos inerentes às audiências baseia-se na opinião de vários autores, sendo estes na sua maior parte professores, educadores ou psicólogos, no entanto tornou-se necessário avaliar também a opinião de quem está ligado ao mundo da realização de programas de televisão.

Neste sentido foi feita uma entrevista (acerca da relação entre os programas de televisão/audiências) ao jornalista e executivo de televisão Francisco Penim¹⁶. Este contacto comprovou algumas teorias já anteriormente referidas, sublinhando a ideia de que as audiências fazem parte do negócio da televisão, sendo sempre a “parte mais importante do negócio” independentemente de estarmos a falar de programas educativos ou não, no entanto, não deixou de salientar a importância determinante que o factor *qualidade* deve ter.

Por outro lado, e quando questionado acerca do tipo de factores que as estações televisivas devem e costumam ter em conta quando elaboram programas para o público infantil o executivo revelou que em primeiro lugar “vem a capacidade que o conteúdo infantil tem de gerar audiências, depois vem o seu potencial comercial de gerar receitas de *merchandising* (se a série tem um CD, livros, um DVD, uma colecção de cromos, etc.), a capacidade para atrair investidores publicitários nos espaço adjacentes à sua emissão, o potencial de afinidade com a marca da estação (se o conteúdo se pode identificar com a *marca mãe* da estação) e o seu *potencial multiplataforma*”. O produtor destacou ainda que “o facto de ser um conteúdo educativo, informativo, edificativo ou formativo é importante mas latente (...) nunca sendo prioritário”.

Outra questão, que se relaciona com as principais dificuldades na criação de um programa educativo, revelou que para os produtores televisivos “a criação de qualquer conteúdo televisivo (educativo ou não) tem sempre um enorme risco inicial: é um conteúdo que nunca foi testado no ar, em lado nenhum, portanto nunca se sabe que audiência pode ter”, por outro lado “o preconceito que existe sobre o potencial de rejeição do público (...) um programa educativo é normalmente visto pelo programador com muita cautela porque costuma ser um garante de audiências ineficazes”. Outra das ideias sublinhadas na entrevista foi a de que “um programa educativo carecer por si só de muito mais atenção do que o normal porque o risco de não resultar, quer se queira ou não, é muito maior.”

¹⁶ De destacar que a opinião do jornalista e executivo de televisão Francisco Penim está relacionada com a postura e conhecimentos do mesmo, não dependendo do seu gosto pessoal, citando o executivo: “a minha opinião pessoal nada tem a ver como meu gosto pessoal (...) a minha opinião tem a ver com a minha postura e conhecimentos enquanto programador/produzidor de conteúdos e com uma visão de negócio de uma televisão privada.”

Para concluir a entrevista, discutiu-se acerca do facto de para algumas estações televisivas a programação educativa não assumir grande interesse nem apoio por parte das direcções, ao que foi justificada pelo facto de “as televisões quererem acima de tudo fazer dinheiro, e fazer dinheiro é fazer audiências”, tudo o resto é nas palavras de Francisco, *top of mind*. Nesta questão foi discutido ainda o caso da RTP ser a única estação a transmitir programação educativa, ressaltando, as “suas obrigações de serviço público”, questão que será analisada mais à frente através de uma entrevista à directora de programação infantil da RTP, Teresa Paixão.

Contudo, não podemos descurar o facto de existirem algumas excepções de canais exclusivamente educativos como é o caso do canal *TV Escola*¹⁷ promovido pelo Ministério da Educação do Brasil. Na entrevista realizada à equipa de programação do canal ficamos a saber, nas palavras do seu assessor, Paulo Newton, que os directores do canal têm em conta factores como a “faixa etária a que se destinam os programas”, ou o que o “Ministério da Educação determina para o aprendizado dessa faixa etária”. Ainda neste âmbito e para contrariar as teorias anteriores, o representante do canal referiu que o canal tem uma preocupação em atender aos interesses e necessidades, tanto dos alunos, como dos professores, contando por isso com as “directrizes do Ministério e de equipas de especialistas que verificam se o programa é adequado”.

Relativamente às questões relacionadas com os problemas que a estação enfrenta, Paulo Newton afirmou que tentam estar “permanentemente actualizados” e tentam sobretudo “contornar as carências orçamentárias e técnicas” para que o produto seja de utilidade educacional.

Na conclusão da entrevista o assessor do canal referiu ainda que, no que diz respeito à *TV Escola*, se preocupa em atender “às demandas do currículo escolar, sem se importar, pelo menos *a priori* com a audiência, tentando sempre privilegiar a qualidade”.

Apesar de existirem excepções como a que vimos neste último caso, continuam a ser vários os factores que transformaram a televisão de hoje em algo que alguns autores afirmam estar marcado por uma *contaminação* e *sincretismo*, assumindo-se estas duas linhas como o

¹⁷ O canal *TV Escola* é, nas palavras da própria instituição “o canal da educação”. Trata-se de um canal de televisão pública do Ministério da Educação “destinada aos professores e educadores (...), aos alunos e a todos interessados em aprender”. No site do canal está ainda expressamente referido que “a *TV Escola* não é um canal de divulgação de políticas públicas da educação”. Extraído e adaptado de http://tvescola.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=category&id=94&Itemid=97, acedido em 19/05/10.

princípio organizador de uma grelha em que a estrutura sintagmática tende para o fluxo contínuo (Lopes e Pereira, 2007:4).

Aos factores anteriormente enumerados juntam-se ainda as mudanças económicas, políticas, sociais e culturais que nos últimos anos se tem vivido, levando a que a maior parte dos canais de televisão se tornem hiper-fragmentados, cabendo neles a informação, a ficção, o espectáculo, a publicidade, provocando a sensação de uma emissão proteiforme, mas única (Castelli, 1990, cit. por Lopes e Pereira, 2007:4). Este tipo de televisão tem também em conta as modificações das formas de vida (emprego e lazer) dos telespectadores, bem como a disponibilidade que as pessoas têm para ver televisão.

A par destas mudanças, conseguimos notar que também o sistema televisivo português sofreu uma grande reestruturação (nomeadamente na década de 90, quando o monopólio passou a ser misto), o que provocou o fenómeno da concorrência entre canais, levando as grelhas televisivas para crianças que até então eram marcadas pela qualidade e diversidade a cair na *banalidade e superficialidade* (Pereira, 2005). Actualmente os canais generalistas tendem a seguir a lógica de mercado, copiando ideias e formatos já utilizados noutros países, caindo no erro de preferir os sucessos já ocorridos e condenando o resultado medíocre – falamos do *efeito locomotiva*¹⁸ (*idem*). O que sublinha a ideia de que a televisão é um produto socialmente construído, em função de interesses específicos, de orientações programáticas, e de estratégias de controlo.

Também Tornero (1994), que considera a televisão como instituição, tecnologia, linguagem e discurso que produz uma determinada representação da realidade em função de recursos e de regras diferenciadas, afirma que a televisão faz parte de um quadro concorrencial de mercado, e de diferentes formas de propriedade e de controlo por parte dos diversos canais.

Pereira (2003:9), que também se debruça acerca da evolução da televisão, nomeadamente a dedicada às crianças, refere que esta foi marcada por um exponencial aumento (nomeadamente na década de oitenta para noventa) em quantidade e não em qualidade¹⁹, por uma valorização da faixa etária dos 7-10 anos (sendo que o público-alvo para os anunciantes é o grupo escolar dos 6-11 anos pelo que este segmento tem sido também o

¹⁸ Quando um programa alcança êxito num canal, imediatamente os demais passam “ao ataque” com outros programas que tratam de imitar o tema, o formato, os objectivos e os conteúdos, aproveita-se o exemplo alheio (Pereira, 2005).

¹⁹ Este aumentou é resultado do surgimento de novos operadores, mas também do alargamento das horas de emissão que contou mais com repetições e com a importação de programas do que com produção nacional. Por um lado, há uma competição crescente para atrair a audiência infantil; por outro, há uma pressão nos orçamentos, o que significa que há mais espaço nas grelhas para inserir programas mas pouco dinheiro para o fazer (Pereira, 2003:9).

preferido dos programadores e directores de programação) realçando a ideia de que as crianças são descobertas como um novo e valioso alvo de mercado, são vistas como uma influência significativa nas decisões de compra dos pais e como consumidores de direito próprio. Ainda nesta caracterização, a autora refere que se observa um decréscimo de produção própria e de produções europeias por contraponto a programas norte-americanos e japoneses apoiados em forte *merchandising*²⁰. A estas ideias acrescentam-se ainda uma predominância do género aventuras e do formato animação em consequência da globalização do mercado televisivo para crianças e da proliferação dos chamados *program-length commercials* ou *toy-based programming* que se tornaram, em finais dos anos 80, o alicerce da TV para crianças. A animação é fácil de dobrar noutras línguas, é culturalmente menos específica do que a acção, e tem uma “vida de prateleira” mais longa. Por outro lado, a dobragem, quase sempre restrita a programas especialmente destinados aos mais novos, substitui a legendagem como forma de tratamento das séries de origem estrangeira (Pereira, 2003).

De entre outros autores que se debruçam sobre esta questão, Cardoso *et al* (2009:62) indicam, nos seus estudos, outra faixa etária como público-alvo prioritário, referindo que a maior parte dos conteúdos televisivos “apelam aos jovens, sendo muitas vezes conteúdos que passam um tom de informalidade na relação com o espectador, apelam à participação e à interactividade, esforçando-se por agarrar a atenção dos espectadores mais novos, cientes de que sofrem a concorrência de outros meios de comunicação inserida num sistema mediático em rede”.

Outro ponto interessante referido por Lopes e Pereira (2007) é o facto de os canais para crianças terem passado a usar apresentadores locais e programação local e breve para envolver o *show* principal, no entanto, a maior parte da programação é estrangeira no estilo e no conteúdo. A acrescentar a tudo isto, predominam os chamados “*programas contentor*”, geralmente espaços conduzidos e animados por um apresentador, com jogos, concursos, passatempos e breves reportagens a entremear e a interligar os episódios das séries de animação” (Lopes e Pereira, 2007:26).

São todas estas questões que nos fazem assistir, quase todos os dias, a discussões na praça pública acerca da programação (para as crianças). No entanto, enquanto anteriormente a principal questão debatida se prendia com a programação dirigida à audiência adulta, hoje em

²⁰ De acordo com o relatório *Outlooks on Children and Media* (2001) organizado pela *International Cleringhouse on Children and Violence on the Screen*, em 1995 apenas 37% da programação para a infância provinha de produção própria e 62% consistia em importações. Destas, cerca de metade eram provenientes dos EUA (Pereira, 2003).

dia prende-se com os alegados malefícios da televisão nas gerações mais novas, provocados pelos efeitos provocados pelo “clima de concorrência que se instalou entre os canais” (Pereira, 2003:10).

Aliás, segundo Sara Pereira (2003), as duas principais questões debatidas assentam numa dupla de pontos fulcrais: a *qualidade* e a *diversidade*. Trata-se de dois pontos fortemente ligados, pois vários autores defendem que uma programação de qualidade é uma programação que aposta na diversidade, a vários níveis: dos conteúdos, das temáticas, dos géneros oferecidos, e do público-alvo dos programas.

O que se tem verificado é que a programação para as crianças tem perdido muito a este nível, pois há pouca diversidade na oferta televisiva para crianças. Os programadores têm procurado dar resposta preferencialmente aos gostos da maioria; as suas preocupações têm incidido mais naquilo que as crianças *querem* do que naquilo que as crianças *precisam*. As crianças são vistas mais como um mercado do que como um público. Tem-se revelado difícil conciliar interesse e desejo, o aspecto lúdico com o formativo. Tem sido custoso para os programadores aceitar que a acção, o humor e a fantasia não têm que andar amarrados à violência gratuita e descontextualizada²¹ (*idem*).

Em entrevista sobre este tema, o Gabinete para os meios de Comunicação Social²², sob a voz de Sérgio Silva, Director dos Serviços de Assessoria, Concepção e Avaliação, faz referência ao artigo 27.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de Junho, sobre os limites à liberdade de programação²³, em que está referido que é proibida a emissão de programas susceptíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e

²¹ Esta autora refere na sua obra, no que diz respeito à qualidade, à parte a centralidade do termo nos debates sobre a televisão para crianças e a sua inscrição na legislação, há muita incerteza e confusão acerca de como se deve actualmente definir (e medir) a qualidade dos programas e das programações. Com base em estudos recentes neste domínio, é possível sublinhar o que seria desejável oferecer num espaço televisivo de qualidade dedicado aos mais novos, sobretudo num espaço de televisão pública em que se supõe a correspondência entre serviço público e qualidade de programação (Pereira, 2003).

²² De ressaltar que o Doutor Sérgio Silva, Director do Gabinete para os Meios de Comunicação Social, referiu em entrevista que o GMCS (que substitui o Instituto de Comunicação Social nas suas atribuições e competências) tem como missão apoiar o Governo na concepção, execução e avaliação das políticas públicas para a comunicação social, procurando a qualificação do sector e dos serviços de comunicação social, tendo em vista a salvaguarda da liberdade de expressão e dos demais direitos fundamentais, bem como do pluralismo e diversidade. Chama-se ainda a atenção para o facto de o GMCS não ter “quaisquer competências ou poderes”, para controlar os programas televisivos para crianças.

²³ Referente à Lei n.º 27/2007 de 30 de Junho acerca dos Limites à liberdade de programação (Rectificada pela Declaração de Rectificação n.º 82/2007, de 12 de Setembro), Artigo 27.º: “Não é permitida a emissão de programas susceptíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita.” Extraído e adaptado de <http://www.gmcs.pt/index.php?op=fs&cid=1108&lang=pt>, acedido em 30/03/2010.

adolescentes, designadamente os que contenham pornografia no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita²⁴.

Mas como foi atrás referido, os problemas não se prendem apenas com a transmissão de conteúdos violentos ou impróprios para menores e ressaltam sobretudo na possibilidade de conjugar programas que consigam ser apelativos e simultaneamente educativos. No entanto, nem sempre é fácil conseguir conjugar estas duas vertentes, o que provoca muitas vezes nas direcções das estações televisivas bastantes problemas.

Neste contexto, Teresa Paixão realça na sua entrevista que vários dos problemas que se costumam colocar na criação e realização de programas infantis educativos se prendem com “problemas de saber, de preconceitos, da falta de rigor, da falta de estudo e da falta de tempo para se corrigir”. Para além destes aspectos, outra das principais ideias a destacar pela directora de programação infantil da estação foi a de que quando a RTP realiza e transmite um programa infantil e este não cumpre os objectivos previstos, não é devido ao factor concorrência, sendo que a “direcção assume os erros e procura logo corrigi-los”. Grande parte dos problemas relacionados com a programação infantil prende-se, de acordo com a autora, com “a dificuldade que as pessoas têm em admitir que o que fizeram tem de ser corrigido”.

Neste ponto é importante fazer referência a um estudo desenvolvido por Maria Benedita Monteiro (referente ao ano de 1984)²⁵ que nos retrata a apresentação de um filme violento e um filme não violento a um grupo de pré-adolescentes do meio urbano. A autora concluiu que os pré-adolescentes depois de ver um filme violento sentem medo de serem vítimas numa sociedade em que os crimes tendem a aumentar e crêem que é bem justificada a intervenção de agentes da autoridade. Mas, quando são colocados numa situação experimental de agressão e têm oportunidade de punir um companheiro que os tenha provocado, eles não hesitam em fazê-

²⁴ De chamar a atenção para o acordo “Sobre a Representação da Violência na Televisão”, de 9 de Julho de 1997 entre a Alta Autoridade para a Comunicação Social e os operadores de televisão sobre a violência na televisão, que diz que “*é obrigatória Sinalética informativa comum designadamente sobre o grau de violência da programação, de forma a esclarecer o público, permitindo-lhe uma opção consciente e atempada*”. Este mesmo acordo, faz ainda referência à criação de “spots” promocionais de filmes e séries adequados a diversos tipos de público. Atendendo às questões suscitadas pela formação da personalidade das crianças e adolescentes, assim como pela vulnerabilidade de determinados espectadores, “*passam a emitir, no mínimo, dois tipos de “spots” promocionais de filmes e séries com considerável carga de violência, o primeiro, sem sequências com essas características, para utilização até às 22 horas, o segundo, já adequado ao que é definido por Lei como “horário nocturno”, ambos com a referida sinalética identificadora*”. Outra informação presente neste acordo assenta na informação relativa à programação infanto-juvenil, em que “*os operadores declaram que dedicarão particular cuidado à informação que promovem, nas antenas e fora delas, acerca das programações para públicos infantis e juvenis, de molde designadamente a facilitarem um mais ajustado acompanhamento daquelas programações por parte de pais e educadores*”. Extraído e adaptado de <http://www.gmcs.pt/index.php?op=fs&cid=570&lang=pt>, acedido em 30/03/10.

²⁵ O estudo é referente ao ano de 1984, sob o título *A Construção Social da Violência - Perspectiva Cognitiva e Desenvolvidamental* e que teve como objectivo principal explorar os efeitos da violência filmada sobre os comportamentos agressivos dos pré-adolescentes e sobre as suas representações da realidade social (Pinto e Pereira, 1998:6).

lo. Ou seja: depois de passar por uma experiência emocional de medo, de insegurança e de apelo à protecção ao ver um filme violento, segue-se um comportamento de agressão. Benedita Monteiro comenta estes resultados referindo que “os sujeitos procederam provavelmente a uma elaboração cognitiva do seu estado emocional em função destes signos, o que os leva a reagir agressivamente” (Pinto e Pereira, 2008:6).

Mas ao que nos devemos referir quando falamos de violência? Será que os conteúdos de televisão são tão violentos como a gente pensa? Foi sobre esta questão que Berros (2005) se debruçou, pegando no conceito de violência apresentado por Signorielli, Gerbner e Morgan (1995) “la violencia televisiva está presente en aquellas imágenes en las que se muestran agresiones físicas o/y psíquicas de unos personajes hacia otros, o contra sí mismos (...) aquellas acciones que, aun cuando no provoquen daño o muerte, resultan apremiantes contra alguien” (Berros, 2005:32).

Este autor destaca os estudos desenvolvidos ao longo de trinta anos de um leque de autores (Eeey, Gerbner e Signorielli, 1972; Signorielli, Gross e Morgan, 1982; Signorielli, Gerbner e Morgan, 1995) que destacam cinco tipos de medidas para quantificar a violência (*idem*:32):

“1.acción violenta: aquella que realiza un personaje. Cuando aparecen en escena nuevos personajes y realizan actos violentos, se contabiliza una nueva acción violenta dando lugar al final del programa a un número dado de acciones violentas.

2.tiempo: que dura cada acción violenta del programa.

3.temática: la violencia se diferencia, dependiendo de que la acción violenta se realice en una situación cómica o semicómica, casi real, seria.

4.adecuación al argumento: si la violencia tiene que ver con el argumento de la historia en su desarrollo o resolución o bien si es incidental o puramente gratuita.

5.sujeto de la acción: persona qui recibe o comete el acto violento (víctima o agresor). Se distingue entre si la acción es de fuerza física (o psíquica), daño o muerte”²⁶.

²⁶ Berros (2005:32) faz referência na sua obra á possibilidade de calcular a violência através do *Índice de violencia*: $VI = (\%P) + 2(R/P) + 2(R/H) + \%V + \%K$. Sendo que este Índice é composto por três tipos de medidas: a) *grado de dominancia (Prevalence) (%P)*: porcentaje de violence presente en programas de un tipo particular de muestra; b) *mediafrecuencia y medida de actos violentos*. Se mide en unidades de programa y unidades de tiempo. El número de acciones violentas se divide por el número total de actos violentos medio por programa (R/P). La media por hora (R/H) es el número de acciones violentas dividido por el número de horas de programa de la serie de programas seleccionados, e c) *roles: número de roles y caracterización de éstos por ser “violentos”, “víctimas” o ambos*. Aquí se mide el porcentaje de presencia de cada uno de estos tipos en el programa ($\%V$). Por último se tiene en cuenta el porcentaje de “asesinos”, de “asesinados” y de aquellos implicados en relación a los asesinatos, a las víctimas o en ambos ($\%K$).

A imitação dos actos violentos é um assunto algo subjectivo pois apesar de haver imitação, não podemos partir do princípio que se destaquem apenas maus hábitos e costumes. Dinis Alves salientou a ideia de que apesar de “a imitação ser real, não signifique que tenda apenas para os comportamentos violentos (...) a quase totalidade dos muitos milhões de crianças e jovens que vêem milhares de horas de televisão até entrarem na idade adulta foram certamente expostos a conteúdos violentos e a quase totalidade dessas crianças não registam comportamentos desviantes (...)”, podemos então pensar que a televisão influencia realmente os mais novos, no entanto não existe causa-efeito directo associado ao consumo de televisão.

Vários autores afirmam que hoje em dia, um dos principais critérios para definir a qualidade da televisão é a programação para crianças, mas mais do que saber se os canais têm esse tipo de programas, interessa saber o que é que é transmitido, ou seja, se esses programas ostentam a qualidade desejável.

Foi neste contexto que vários autores foram definindo diferentes critérios que têm em conta uma programação para crianças. No Quadro I estão representados os principais (adaptado de Pereira, 2005).

QUADRO I

- Oferecer uma diversidade de conteúdos, origens, formatos, personagens e géneros;
- Atender à diversidade de públicos dentro do público infanto-juvenil, apostando especificamente na faixa etária do pré-escolar;
- Ter qualidade estética;
- Ter horários de emissão ajustados aos horários em que as crianças estão, à partida, disponíveis para ver televisão;
- Associar a componente pedagógica com a componente lúdica e de entretenimento;
- Ser formativa e informativa;
- Apostar fortemente na produção nacional;
- Ajudar a criança a construir a sua identidade sócio-cultural;
- Sensibilizar as crianças para o mundo das artes, estimulando-as para as suas diferentes expressões: música, dança, pintura, teatro;
- Oferecer produtos que respondam, e fomentem, a curiosidade e a imaginação das crianças;
- Desenvolver o espírito crítico.

Aos critérios enumerados, somam-se factores como serem ou não programas de cariz nacional, tópicos relativos à qualidade estética dos programas e ligados ao acesso das crianças a vários tipos de linguagens (expressão gráfica, narrativa, e expressão musical).

Nesta perspectiva, segundo alguns autores, podemos referir que a televisão para crianças deveria colocar uma maior ênfase nos direitos das crianças: inspirar-se nas próprias perspectivas das crianças e auscultar as suas opiniões para que, através da televisão, elas possam ver, ouvir e expressar, a si próprias, a sua cultura, as suas linguagens, e as suas experiências de vida (Pereira, 2003)²⁷. Um exemplo que elucida esta ideia é o caso de *A Rua Sésamo*, que tratamos no ponto 4.1.

Para isso, muito contribuiu a Convenção sobre os Direitos das Crianças, aprovada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1989 e ratificada por Portugal em 1990²⁸. Este documento define quatro princípios básicos para orientar as decisões e acções políticas que afectem as crianças: “1) as decisões devem ser tomadas no superior interesse da criança; 2) as opiniões das crianças devem ser ouvidas; 3) deve ser assegurada não só a sua sobrevivência mas também o seu desenvolvimento; 4) não deve haver discriminação de qualquer tipo entre as crianças – cada criança deve gozar os seus direitos”. Resumindo, a Convenção enfatiza quatro ideias que são transversais a todos os artigos: atender ao que é *«apropriado à idade da criança»*, *ao que conduz ao seu «bem-estar social, espiritual e moral»* e à *necessidade de «proteger a criança de materiais que sejam prejudiciais para o seu bem-estar»* (Pereira, et al, 2009).

Antes de terminar este capítulo torna-se ainda importante fazer uma referência à Carta da Televisão para Crianças, aprovada na Primeira Cimeira Mundial sobre o tema, em Melbourne, na Austrália (em Março de 1995) e que se preocupou com todos estes aspectos. Nesta conferência tentou-se, para além de discutir diversos aspectos inerentes à qualidade da televisão

²⁷ Esta autora defende que se deve atender aos direitos inscritos na *Convenção sobre os Direitos das Crianças* aprovada pela ONU: direito das crianças à opinião, à participação nos assuntos que lhes dizem respeito e à consulta directa (Pereira, 2003).

²⁸ Realce-se que dos 54 artigos que compõem o documento, quatro são relevantes no plano da relação das crianças com os *media*. O Artigo 17º corresponde ao articulado que diz directamente respeito aos meios de comunicação: “Os Estados Partes reconhecem a importância da função exercida pelos órgãos de comunicação e asseguram o acesso das crianças à informação e a documentos provenientes de fontes nacionais e internacionais diversas, nomeadamente aqueles que visem promover o seu bem-estar social, espiritual e moral, assim como a sua saúde física e mental. Para esse efeito, os Estados Partes devem (Pereira et al, 2009):

- Encorajar os órgãos de comunicação social a difundir informação e documentos que revistam utilidade social e cultural para a criança e que se enquadrem no espírito do artigo 29º;
- Encorajar a cooperação internacional tendente a produzir, trocar e difundir informação e documentos dessa natureza, provenientes de diferentes fontes culturais, nacionais e internacionais;
- Encorajar a produção e a difusão de livros para crianças;
- Encorajar os órgãos de comunicação social a ter particularmente em conta as necessidades linguísticas das crianças indígenas ou que pertençam a um grupo minoritário;
- Favorecer a elaboração de princípios orientadores adequados à protecção da criança contra a informação e documentos prejudiciais ao seu bem-estar, nos termos do disposto nos artigos 13º e 18º”.

para crianças, chamar a atenção das estações televisivas para as necessidades dos mais novos no que diz respeito à programação infantil. A Carta da Televisão para Crianças assentou em sete pontos fulcrais orientadores, como se pode verificar no Quadro II (Pereira *et al*, 2009):

QUADRO II

1. As crianças devem ter programas de alta qualidade produzidos especificamente para elas e que não as explorem. Estes programas, juntamente com o entretenimento, devem permitir que desenvolvam as suas capacidades físicas, mentais e sociais.
2. As crianças devem ouvir, ver e expressar-se a si próprias, a sua cultura, a sua linguagem e experiências de vida, através de programas televisivos que afirmem o seu sentido de pessoas, de comunidade e de lugar.
3. Os programas para crianças devem promover a consciência e apreciação de outras culturas em paralelo com as suas próprias experiências culturais.
4. Os programas para crianças devem ser variados em género e conteúdo, mas não devem incluir cenas gratuitas de violência e sexo.
5. Os programas para crianças devem ser emitidos de forma regular, em horas em que as crianças estejam disponíveis para ver e/ou distribuídos por outros meios acessíveis de grande alcance.
6. Devem ser disponibilizados fundos para produzir estes programas com padrões de elevada qualidade.
7. Os Governos e as organizações de produção, distribuição e financiamento devem reconhecer a importância e a vulnerabilidade da televisão para crianças e tomar medidas para a apoiar e proteger.

Fica assim ao dever de todos exigir para o futuro uma televisão de qualidade, sensível à diversidade sócio-cultural do público infantil. Se no plano da programação televisiva, as tendências gerais que prevalecem num determinado momento são o resultado de escolhas e de critérios que decorrem, em certa medida, de relações de poder e de interdependência, não podemos esquecer que existe uma enorme panóplia de princípios e pressupostos muito relacionados com os Direitos das Crianças que não podem ser abandonados (Pereira, 2003).

3. Televisão educativa – afinal o que é?

3.1. Das primeiras emissões de televisão até ao surgimento do conceito de televisão educativa

3.1.1. As primeiras emissões televisivas

Em que contexto nasceu e como evoluiu a televisão ao longo do tempo? Estas são algumas das questões a que este capítulo tenta responder.

Para respondermos à primeira questão temos de realizar uma viagem até ao outro lado do oceano Atlântico, especificamente aos Estados Unidos. Foi nesse país, por volta de 1939, que a televisão começou a ter a sua emissão regular. Dez anos depois, os aparelhos quase que duplicaram, apesar de “serem os lares norte americanos a possuírem a maior fatia de aparelhos televisivos”²⁹ (Ponte, 1998:17). No entanto, países como a União Soviética, o Reino Unido e a França iam também ganhando terreno no que diz respeito à liderança da televisão como meio de comunicação.

A televisão tinha-se tornado um meio de comunicação de massas, mas os países adoptaram caminhos diferentes relativamente aos modelos de produção e difusão de programas de televisão. Nos Estados Unidos, a televisão e o cinema ajudavam a construir símbolos, mitos e heróis nacionais, contribuindo para o ainda hoje falado *sonho americano* (Ponte, 1998). Ressalte-se que a indústria de programas se desenvolveu rapidamente graças à separação entre difusão e produção e ao protecçãoismo económico-cultural legitimado em nome de gosto das audiências, que não suportariam a dobragem de programas estrangeiros. Por outro lado, não podemos esquecer que o mercado sempre foi o grande decisor das vitórias ou fracassos, bem como a procura pelas maiores audiências o que levou a grandes investimentos e à adopção de modos de produção bastante onerosos (*idem*).

Noutros países, como por exemplo o Canadá, a política e o estado sempre intervieram fortemente no sector dos *media*, levando a que a programação no serviço público de televisão nacional - Canadian Broadcasting Corporation (CBC)³⁰ - seja mesmo regulamentada, sendo obrigada a transmitir determinadas quotas de programas de origem canadiana, bem como

²⁹ Por volta do ano de 1949 os aparelhos de televisão nos lares norte americanos eram já quatro quintos do total de receptores de todo o mundo (Ponte, 1998:17).

³⁰ A CBC - Canadian Broadcasting Corporation (CBC) foi criada a 2 de Novembro de 1936 e continua nos dias de hoje a ser a maior estação transmissora de rádio e televisão canadiana.
Extraído e adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Canadian_Broadcasting_Corporation, acedido em 30/03/10.

programas que reflectam a diversidade linguística e cultural do país (Ferguson, 1993, cit. por Ponte, 1998).

Na generalidade dos países da Europa foi o Estado que controlou os meios de comunicação durante várias décadas, ora regulamentando, ora subsidiando os sistemas de produção e difusão de televisão. Havia também situações intermédias, como por exemplo no Reino Unido, onde coexistiam canais privados (Independet Television - ITV)³¹ e públicos (a British Broadcasting Corporation - BBC)³², ressalvando-se que os canais privados eram também regulamentados (pela Independent Broadcasting Authority - IBA), que intervinha na gestão da programação. A BBC, que não transmitia publicidade, vivia em grande parte da venda de programas para o exterior³³ (Ponte, 1998). Cristina Ponte (1998) realça ainda o facto de que os modelos de televisão de tutela pública terem sido, por várias vezes, questionados quanto á sua sensibilidade política e ideológica³⁴.

A década de 80 designou a evolução da televisão, tendo ficado marcada por “uma panóplia de importantes modificações tecnológicas em que as antigas antenas hertzianas deram lugar às parabólicas e com elas as transmissões via satélite. As transmissões *em directo* começaram a ganhar destaque e uma série de pormenores técnicos, tais como a invenção das câmaras portáteis e dos sistemas caseiros de gravação de vídeo, vieram trazer novos hábitos no que diz respeito à independência e liberdade dos telespectadores, relativamente a horários e ritmos de visualização de programas” (Ponte, 1998).

A nova onda tecnológica que operou na década de 80 trouxe ainda algo mais especial, o telecomando, um utensílio que veio mudar completamente o panorama dos aparelhos televisivos

³¹ A Independet Television (ITV) é ainda actualmente uma estação de televisão do Reino Unido e um dos concorrentes da BBC pela liderança das audiências inglesas.

³² A British Broadcasting Corporation (BBC) é uma emissora pública de rádio e televisão do Reino Unido fundada em 1922. Possui boa reputação nacional e internacional. Por vezes é chamada afectuosamente pelos ingleses como *Beeb*, *The Corporation* ou *Auntie*. Durante muitos anos foi o único fornecedor de rádio e depois de televisão do Reino Unido. O seu lema é "Nation Shall Speak Peace Unto Nation". Apesar de pública, a BBC não sofre ingerência do governo. A BBC é comandada por um grupo de 12 directores não-executivos escolhidos pela Secretaria de Cultura, Mídia e Desporto e aprovados pela Rainha, que escolhem os directores executivos e os rumos da empresa. Ressalve-se que nos últimos anos, a BBC tem sido alvo de críticas quanto ao seu conteúdo, que tem se baseado em fórmulas comuns às emissoras comerciais, como "reality shows" e programas de cariz mais "popular". Extraído e adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/British_Broadcasting_Corporation, acedido em 30/03/10.

³³ Como exemplo deste facto podemos observar o caso da IBA, cujas linhas de intervenção foram contestadas e acusadas de elitismo e paternalismo nos seus conceitos do que devia ser a programação televisiva (Ponte, 1998).

³⁴ Actualmente vários autores discutem o facto de as televisões educativas se encontrarem no âmbito da estrutura das administrações públicas, estando, em função disso sob a influência dos governos, que procuram imprimir uma determinada visão ideológica quanto ao conteúdo da programação de televisão. Scorsim (2008) relembra que a finalidade da televisão educativa não é promover a figura do governante de plantão, pois se ocorrer uso abusivo do meio de comunicação em favor de pessoas ligadas ao Governo haverá a violação da norma constitucional.

e se tornou um instrumento utilizado universalmente, tendo dado um novo significado à palavra *zapping*³⁵.

Nas décadas seguintes assistimos, segundo vários autores, a um desagregar das antigas formas de organização, salientando-se, nas palavras de Ponte (1998:19), “o desregulamento dos monopólios tradicionais de produção, programação e de difusão (...), o desenvolvimento de canais temáticos e transnacionais, para públicos específicos, em oposição aos canais generalistas (...), constituíram-se poderosos grupos financeiros internacionais com estratégias multimédia (...)”.

A par de todas estas modificações vieram também mudanças estruturais, pois começaram a surgir mais canais privados, o que levou os já existentes a aumentar o tempo de antena, o que levava a mais gastos e consequentemente a uma redução do dinheiro disponível por hora de emissão³⁶. Os canais europeus viam-se confrontados com um dilema: “ou reforçavam o seu papel informativo e cultural e arriscavam perder audiências ou lutavam por audiências e perdiam a sua especificidade cultural” (Ponte, 1998, cit. Traquina, 1992), o que levou a que a segunda opção fosse escolhida pela maior parte dos canais, fazendo com que fosse substituído o tradicional objectivo de equilíbrio triangular entre informação, cultura e entretenimento por uma opção mais escalena, com muito entretenimento, alguma informação e bastante menos cultura (Ponte, 1998).

Simultaneamente, enquanto os canais aumentavam as suas receitas com a transmissão de publicidade, assistia-se à propagação de feiras internacionais onde os canais compravam programas de vários formatos já testados, como concursos, talk-shows, magazines, entre muitos outros. Fenómeno que contribuiu para aumentar ainda mais a concorrência entre canais e na homogeneização de programação, levando ao já antes referido *efeito locomotiva* (Pereira, 2005).

Actualmente, a televisão afasta-se cada vez mais do instrumento de comunicação de massas que se tornou umas décadas depois da sua origem, havendo nos dias de hoje uma tendência para “a personalização da oferta” em termos televisivos e serviços comunicativos, pois assistimos cada vez mais à elaboração de pacotes de produtos cada vez mais “individualizados”

³⁵ O *zapping*, ou o “prazer de navegar entre canais” tem sido estudado por vários autores (Cardoso *et al*, 2009:80), tendo sido apontado como uma prática cada vez comum que consiste na mudança de canal em curtos espaços de tempo. O estudo deste factor tem sido importante não só para os investigadores, como também para os programadores de conteúdos televisivos pois é necessário captar a atenção dos telespectadores mesmo durante os períodos de publicidade. Aliás, alguns estudos apontam mesmo como a principal razão para os telespectadores fazerem *zapping* é para evitar os espaços publicitários.

³⁶ Este aspecto teve ainda mais importância na Europa, comprovados pela aquisição de programas norte-americanos, que eram comprados 30% mais baratos do que a produção nacional (Ponte, 1998).

(Tornero, 2007, cit. Stuchi, 1994), por outras palavras, de uma *televisão de ofertas* passamos para uma *televisão de procuras* (Ponte, 1998).

A par desta evolução, podemos reparar que na medida em que a oferta de produtos televisivos aumenta (nomeadamente canais privados), o telespectador também tem maior opção de escolha, tendo a possibilidade de pacotes de consumo individualizado (com a televisão digital e a incorporação da internet)³⁷, levando-nos a considerar que os *mass media* estão a dar lugar aos *auto media* (Tornero, 2007).

Não podemos esquecer que para além do vasto número de canais, a televisão digital traz melhor qualidade de som e imagem e que os dados se transmitem na forma de vídeo, áudio, gráfico, imagem e texto, acarretando vantagens e serviços tais como “o acesso a bancas, lojas, supermercados, revistas, sinopses e grelhas de programas, discursos dos nossos políticos preferidos” (Neves, 2005:89)³⁸, entre outras coisas. Para além dos aspectos anteriormente enumerados, a televisão digital proporciona a possibilidade de o telespectador deixar de ser um observador passivo e passar a ter o controlo de como quer ver televisão, em que o horário quer acompanhar os seus programas favoritos, podendo interagir com os programas transmitidos. Relativamente às emissoras, estas podem “regionalizar a sua programação”, enviando, por exemplo, o mesmo programa com músicas sonoras diferentes para cada região do país (*idem*).

No entanto nem tudo são vantagens, Neves (2005:89) salienta que, com a inclusão da televisão digital nos lares, torna-se mais fácil “manipular corações e mentes”. Neste sentido, interessa salientar a possibilidade de este tipo de televisão conter um carácter controlador e manipular da sociedade, por um lado levando as pessoas a ver os programas que as estações querem e, por outro lado, a influenciar a opinião da sociedade nalguns aspectos ligados à participação da vida pública ou política.

De qualquer forma, e independentemente do número de vantagens ou desvantagens, a verdade é que a televisão digital vem revolucionar o mundo do audiovisual, assentando num cariz em que a “disponibilização” é a palavra-chave. Não podemos, contudo, descurar as

³⁷ Ao contrário da TV convencional, um programa de TV digital possui imagens e som, mas também dados. Os dados podem ser texto, gráficos, ícones, programas executáveis e todos são elementos de informação. Quando estes elementos de informação têm uma natureza de interface clicável o utilizador pode fazer opções e a TV digital tem características de interactividade uma vez que recebe e executa os comandos de opção do utilizador (Neves, 2005).

³⁸ A televisão digital assenta num sistema novo no que diz respeito à forma como “são distribuídos filmes, vídeos e programas”, estes ficam armazenados no *set top box*, permitindo ao utilizador ler informações sobre os conteúdos armazenados, ver e gravar o que apenas for do seu interesse (Neves, 2005).

capacidades educomunicacionais deste meio o que nos faz pensar na possibilidade deste ser uma óptima ferramenta educativa, como se poderá observar mais à frente neste estudo.

3.1.2. A criação e evolução dos programas para crianças em Portugal

No contexto deste estudo tornou-se bastante importante que se apresentasse uma análise acerca da origem, expansão e evolução dos programas infantis. Logicamente, não podemos falar na evolução dos programas para crianças e adolescentes sem fazermos uma breve referência à história da televisão e dos canais televisivos com destaque para os nacionais. Foi sob esse móbil que este ponto foi elaborado.

São mais uma vez os Estados Unidos a surgir como os principais fornecedores de programas infantis. Desde quase sempre acompanhados de grande “pressão económica no que diz respeito à sua produção e emissão” (Turow, 1981, cit. por Ponte, 1998) relacionada com o facto de estarem incumbidos com a tarefa de captarem audiências para atingir melhores receitas publicitárias.

Inicialmente o principal objectivo foi, nas palavras de Ponte (1998), vender a televisão às famílias americanas sendo os programas para as crianças produzidos em estúdio sob a forma de séries televisivas ou desenhos animados, num ritmo convidativo à participação das crianças. Nesta altura o mercado publicitário ainda não se tinha apercebido das potencialidades económicas dos programas infantis.

Entre as décadas de 50/60 do século XX, período marcado por um grande crescimento económico, as empresas televisivas começam a aperceber-se do interesse das empresas alimentares e de brinquedos por esta fatia de audiência. Foi nesta altura que a indústria televisiva deslocou os programas infantis para as manhãs de sábado (até aí vazias no que diz respeito a transmissão de programas), oferecendo enormes descontos às empresas anunciantes para a passagem de publicidade. As consequências destas acções foram imediatas: a publicidade chegava a cobrir 20 minutos em cada hora de emissão (Ponte, 1998).

Outra vantagem para as cadeias televisivas era o facto de este público ser de *elevada rotação*, permitindo uma grande repetição dos programas, nomeadamente séries de aventuras e desenhos animados (ocupando este género cerca de 92% das emissões de toda a programação

infantil). A título de exemplo, Ponte (1998) aponta o *Superman*, o *Batman* e o *Homem Aranha* como alguns dos “desenhos animados de personagens de poderes fantásticos e sobrenaturais” que ditavam o ritmo de programação da época e que expulsavam dos ecrãs os calmos programas de estúdio, protagonizados por humanos e marretas.

A década de 60 ficou marcada, sobretudo, pelo surgimento de movimentos de pressão em relação à programação infantil. Um exemplo desses movimentos foi o Action for Children's Television (ACT), que se empenhava na defesa da qualidade nos programas infantis, bem como pela redução dos anúncios de publicidade nos intervalos de cada programa. Foi ainda antes de chegar a 1970 que surgiu o tão conhecido *Sesame Street*.

Na década de 70 o ritmo de programação abrandou, ficando novamente marcado pela presença física de pessoas em vez de desenhos animados. Foi a partir desta década que se começaram a produzir cada vez menos programas, havendo mesmo uma “quebra significativa, justificada pelo clima regulador de então” (Kunkel, 1998, cit. por Ponte, 1998). Acompanhando o sistema de mercado, a produção de programas infantis declinou ainda mais na década seguinte, ao mesmo tempo que surgiam novas condições de venda de programas que traziam fortes vantagens para as estações emissoras. O plano consistia na oferta de programas prontos a serem exibidos pelas companhias produtoras às emissoras, enquanto as últimas cediam tempo comercial, o que iria compensar às produtoras o investimento na realização dos programas.

A conjuntura da época, marcada, segundo Ponte (1998) pelo crescimento do número de empresas emissoras, pela existência de um nicho de mercado por preencher e por novas modalidades de venda, veio acabar com as restrições sobre a quantidade de anúncios apresentados durante a mancha de programação e contribuir para a incorporação de elementos comerciais nos próprios programas (que passaram a ser extensões de publicidade³⁹). Tudo isto veio fomentar novamente a transmissão de programas baseados em desenhos animados em detrimento a programas de foro humano. Uma comparação interessante observada nos estudos de Ponte (1998) baseia-se nas receitas obtidas por diferentes programas: no ano de 1985 enquanto a série *He Man*⁴⁰ atingiu receitas de 1 bilhão de dólares, o programa *Sesame Street* ficou-se pelos 37 milhões (Palmer, 1988, cit. por Ponte, 1998).

³⁹ Este tipo de anúncios foi denominado de *program-length commercials* (Ponte, 1998).

⁴⁰ A série *He Man* começou a ser transmitida originalmente no ano de 1983, sob o nome de *He-Man and the Masters of the Universe*, produzida pela *Filmation*. Uma das técnicas utilizadas era o facto dos movimentos dos personagens serem desenhados sobre filmagens de actores (levando os espectadores a observar bastantes semelhanças entre os movimentos dos personagens das séries e humanos. Ressalve-se que a série teve duas temporadas de 65 episódios cada (de 1983 a 1985). A série original foi

A conjuntura que pairava sobre a programação infantil da década de 80 não ia além da ausência de transmissão diária de programas para crianças, que passavam apenas aos sábados, uma das consequências decorrentes da desregulamentação e liberalização do sector.

Em Portugal, foi na década de 50 que a televisão ganhou definição. Desde o nascimento da Radiotevisão Portuguesa - RTP em 1957⁴¹ (cujos capitais se dividiam pelo Estado, pelas emissoras privadas de radiodifusão e por vários accionistas privados) e até ao surgimento dos canais privados em 1992, que os programas transmitidos se baseavam em várias categorias, destacando-se os informativos, os desportivos, alguns ligados ao teatro e cinema, musicais, culturais e educativos.

Em 1962 iniciaram-se as emissões de outro canal - a RTP2, tendo oferecido aos telespectadores mais uma alternativa no panorama televisivo nacional da época.

No que diz respeito a programas para os mais novos, podemos afirmar que foi também desde logo que a RTP começou a transmitir esse tipo de programas. Séries como a *Lassie* ou o *Zorro* iam ganhando fama no seio das faixas etárias mais novas, no entanto, só nos finais dos anos 60 começavam a aparecer desenhos animados, os *Flinstones*, a *Tartaruga Touchê*, o *Popeye*, o *Zé Colmeia*, entre outros. Desde cedo, optou-se por enquadrar os vários episódios e séries animadas em manchas ou programas mais específicos como por exemplo o *Quarto dos Brinquedos* ou o *Telejuvenil* (Ponte, 1998).

Essa primeira fase (até à década de 70) estava ainda marcada pela escassez de recursos tecnológicos. Os principais programas consistiam em representações teatrais, marcando o Teleteatro presença assídua no panorama televisivo infantil: *aos domingos à tarde, com a família reunida à volta do aparelho, era com as Histórias da Tia Zé que começava a emissão. Mas nem sempre os programas infantis interessavam os pais e choviam críticas. E muitas crianças assustavam-se mesmo quando a actriz do Teatro Nacional que surgia como “Tia Zé”, contava em directo, com toda a sua teatralidade e durante dez longos minutos, velhos*

seguida pela série de 1990, chamada de *As Novas Aventuras de He-Man*. Esta série, apesar de 65 episódios, não fez sucesso como a original, e foi exibida apenas nos EUA. Em 2002 surgiu uma nova série, exibida no canal Cartoon Network, retomando os conceitos da série original, mas numa abordagem mais séria. Ressalve-se que visto esta ser uma série direccionada para o público infantil, os seus episódios sempre terminavam com uma “moral da história” contada por algum personagem. Extraído e adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/He_man, acedido em 10/12/09.

⁴¹ Destaque-se o facto de as emissões experimentais da RTP se terem iniciado no ano de 1956, a partir da Feira Popular em Lisboa e nesta altura a actual RTP ser independente da RDP (Radiodifusão Portuguesa). Extraído e adaptado de <http://tv1.rtp.pt>, acedido em 10/01/10.

*contos tradicionais*⁴². Apesar de a RTP ter inserido os primeiros equipamentos de gravação magnética - *videotapes* em 1964, no que diz respeito à programação infantil o directo permanecia, inicialmente animado pela figura do cão *Dói-Dói* (fig.3) e dos seus amigos (apresentadores do programa *O Quarto dos Brinquedos*).



Fig. 3 O cão Dói-Dói, personagem principal do programa infantil *O Quarto dos Brinquedos*⁴³

Posteriormente, Cristina Ponte identifica outro período importante (de 1969 a 1974) que se caracterizou pela criação de um discurso pedagógico que se procurou concretizar através da recreação, no pequeno ecrã, do ambiente de uma sala de jardim-de-infância. Na direcção destes programas, várias equipas procuraram responder a este objectivo. Este período ficou ainda caracterizado pela exibição de animações provenientes do Leste Europeu, dobradas ou sonorizadas em português (Lopes e Pereira, 2007:24).

A partir da década de 70, a RTP assume nos seus registos uma mudança radical na qualidade dos seus programas, com a entrada de vários novos elementos, inclusive elementos ligados ao ensino e à educação. Nas equipas de produção, os programas começaram a funcionar sob a direcção de professores e educadores⁴⁴. No entanto, e como por vezes aconteceu, as boas intenções pedagógicas não garantiam bons momentos de televisão, sendo que alguns programas “eram muito pedagógicos mas também muito chatos”, descobrindo-se

⁴² Palavras de Melo Frazão, na altura produtor de programas infantis da RTP (Ponte, 1998).

⁴³ http://diasquevoam.blogspot.com/2008_12_14_diasquevoam_archive.html.

⁴⁴ Esta época ficou conhecida pela *invasão das pedagogas*. A professora Maria do Sameiro Couto ficou a cargo da produção de vários programas infantis (Ponte, 1998).

que “a linguagem e o ambiente da sala de aula não podiam ser transpostos directamente para um meio como a televisão”⁴⁵ (Ponte, 1998).

No entanto, não podemos esquecer que existiam relações profundas entre o “poder político dominante e os canais de televisão”, nomeadamente no que diz respeito ao meio de informação nacional por excelência - o Telejornal - que reflectia a voz do Estado. Neste contexto, era o operador ou quem o tutelava (o poder político) que decidia o que transmitir, prestando-se pouca atenção aos gostos do público, no fundo, “as visões do mundo eram aquelas que os dirigentes dos canais achavam mais apropriadas para as audiências” (Lopes e Pereira, 2007:12).

Os estudos de Cádima (1996) acerca do “Telejornal e o sistema político em Portugal ao tempo de Salazar e Caetano (1957-1974)” citam várias afirmações que comprovam esta convergência. Observe-se a título de exemplo e nas palavras do autor, a “engenharia de programação que a RTP construiu a 7 de Novembro de 1965, dia das eleições para a Assembleia Nacional:

“No dia das eleições são várias as edições sobre a votação, com a particularidade de no próprio dia consagrado ao acto Salazar regressar no Telejornal das 12 horas (!), qual espectro do imobilismo ‘granítico’, através da repetição do ‘Discurso ao País’ reproduzido na antevéspera. Às 17h45 eram avançados os resultados provisórios distrito a distrito e às 19h54 o presidente da Comissão Executiva da União Nacional fala ao país. A UN ganhava uma corrida eleitoral em que havia um só competidor a concurso... Por isso, e pelos pouco representativos resultados a que um deficiente recenseamento inevitavelmente conduzia, o Telejornal rapidamente esquece desta vitória eleitoral, não chegando a dar os resultados totais nacionais.”

Cádima (1996, cit. por Lopes e Pereira, 2007:12)

O período de monopólio televisivo que caracterizou esta fase foi descrito por alguns autores como um período reinado pela *paleo-televisão* (Cardoso *et al*, 2009), onde predominavam as práticas institucionalizadas do Estado, o que contrastou fortemente com o período que o sucedeu: a *neo-televisão*.

O 25 de Abril de 1974 veio trazer bastantes mudanças no panorama televisivo português, para além das modificações institucionais e organizativas (a passagem para a Empresa Pública de Radiotelevisão Portuguesa – EP e a nacionalização dos capitais não

⁴⁵ Em entrevista a Fernanda Cabral, produtora de programas infantis e realizadora da Rua Sésamo (Ponte, 1998).

pertencentes ao Estado). Esta época também ficou marcada pelo reequipamento para preparação de emissões a cores, que se iniciaram na década de 80.

Foi também a partir desta altura que a RTP começou a aumentar as suas horas de emissão, o que levou a que (“juntamente com o esforço financeiro provocado pelo reequipamento, com a instabilidade e a recessão económica”) a uma intensa crise económica (Ponte, 1998). Em 1987, o aumento do capital operado pelo Estado (cerca de 1,2 milhões de contos) e o aumento das receitas advindas da publicidade⁴⁶ vieram atenuar esta situação.

Relativamente à programação infantil após o período do 25 de Abril podemos identificar quatro fases na programação para os mais novos (Ponte, 1998, cit. por Lopes e Pereira, 2007:24):

“- entre 1975 e 1977, a grande novidade foi a criação do Departamento de Programas Infantis e Juvenis (DPIJ) da RTP sob a coordenação, naquela altura, de Maria Alberta Meneres. Verificou-se, nessa ocasião, uma duplicação das horas atribuídas à programação para os mais novos;

- entre 1978 e 1986, período que ficou marcado por uma grande instabilidade, registando-se subidas e descidas do número de horas de programação infantil. Foi nesta fase que se deu o início das emissões televisivas a cores, o que obrigou a comprar novos programas. Registou-se também o alargamento das emissões aos períodos das manhãs onde os programas infantis conquistaram espaço;

- entre 1987 a 1989, em que se assistiu a um aumento significativo das horas de emissão da RTP. A programação infantil ficaria marcada pelo início do *Clube Amigos Disney* e pela exibição, a partir de finais de 1989, da série *Rua Sésamo* destinada ao público pré-escolar. Observou-se também uma quebra de programação de origem europeia em contraponto com a programação norte-americana.

- entre 1990-1991, o DPIJ contava com duas directoras, cada uma responsável por um canal. Muito embora a animação tenha sido o formato mais importante deste período, ocupando cerca de metade da programação infantil da RTP 2, as grelhas evidenciaram a existência de uma filosofia de programação, verificando-se uma preocupação com a diversidade dos conteúdos e da sua apresentação estética. Apostou-se na segmentação da audiência infantil e juvenil e procurou-se fidelizar audiências, criando manchas fixas de programação”.

⁴⁶ Houve um detrimento da cobrança de taxas: em 1983, taxas e publicidade representavam ambas cerca de 40% das receitas, em 1987 essas contribuições eram de 27% e 54%, respectivamente (Ponte, 1998).

No início da década de 90 já uma grande fatia das casas portuguesas tinha parabólicas, vídeos e telecomandos (Ponte, 1998, refere nos seus estudos que em 1991 eram cerca de 90% os lares que possuíam televisão a cores e metade delas tinham telecomando). A par destas circunstâncias, ocorreram também mudanças a nível da legislação em vigor, pois era publicada a Lei da Televisão⁴⁷, que anunciava o fim da situação de monopólio da RTP no sector e abolia o pagamento de taxas. Cerca de dois anos depois, a RTP passava para o estatuto de sociedade anónima, com o encargo do serviço público de televisão⁴⁸.

Um aspecto interessante a destacar neste contexto, é o facto de podermos observar que a partir do início desta década (em que se viveu um período em que a RTP manteve o monopólio das emissões), a percentagem da programação infanto-juvenil se ter mantido sensivelmente constante relativamente ao volume global de horas de emissão. No entanto, Pinto e Pereira (1998:4) referem nos seus estudos que foi uma situação que se alterou profundamente, pois nos anos seguintes, nomeadamente em 1990 e 1991 “a oferta de programas infantis no conjunto dos dois canais mais do que duplicou”⁴⁹.

Os autores anteriores referem-nos ainda o facto de se constatar, desde o início da década de 80, uma tendência para a transmissão de programas infantis de origem estrangeira, resultado da “política de aquisição de *pacotes* de programas às grandes empresas norte-americanas, que ofereciam vantagens significativas no seu custo”.

Outra conjuntura observada na altura por Ponte (1994) foi a tendência que houve em passar o horário da programação para crianças para a tarde, contrariando a tendência que havia para a transmissão no período das notícias da noite, de acordo com a autora, “sinal de busca de audiências menos específicas”. Também Lopes e Pereira (2007:27) referem que o desaparecimento gradual da programação infantil no período da tarde parece estar relacionado

⁴⁷ A Lei da Televisão (Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho), regula o acesso à actividade de televisão e o seu exercício, determina obrigações de programação apenas para o operador de Serviço Público de Televisão, estipulando que a concessionária deve «garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação» (Artigo 51.º). Para a totalidade dos operadores de televisão, este documento legal apenas refere que «*não é permitida a emissão de programas susceptíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita*» e que «*quaisquer outros programas susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes devem ser acompanhados da difusão permanente de um identificador visual apropriado e só podem ser transmitidos entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas*» (Artigo 27.º). Extraído e adaptado de Pereira *et al* (2009).

⁴⁸ Decreto-Lei 21/92.

⁴⁹ O estudo de Cristina Ponte (1998) foi baseado num levantamento e análise da oferta da programação da RTP para a infância no período entre 1957 e 1991 (ou seja, desde o começo das emissões televisivas em Portugal até às vésperas da actividade dos operadores privados) que veio chamar a atenção para o facto de a percentagem de programação dirigida aos mais novos se ter mantido sensivelmente constante em relação ao volume global de horas de emissão (Ponte, 1998, cit. por Lopes e Pereira, 2007).

com a percepção, por parte das estações, de que há *targets* mais valiosos em termos comerciais com disponibilidade para ver televisão nesse mesmo período.

Por outro lado, não podemos esquecer que o noticiário da noite abre a franja do horário nobre, a que congrega mais audiência, assumindo-se ainda hoje como o principal meio de informação para grande parte dos portugueses. Se observarmos outros países, como por exemplo a França, podemos ver que o noticiário é mesmo considerado “la grande messe” (Lopes e Pereira, 2007:11).

De acordo com Pinto e Pereira (1998:5), é a partir da década de 90 que se começa a destacar uma crescente valorização da componente de entretenimento, “em detrimento de uma orientação materializada em programas de pendor mais informativo e educacional” e, consequentemente, da televisão infantil.

Outros estudos apresentam conclusões que vão ainda mais longe, sublinhando por um lado a ideia de que no período anteriormente referido a programação informativa foi ocupando progressivamente cada vez menos espaço no *prime time* dos canais privados, e por outro lado a alteração que os horários de transmissão sofreram ao longo dos anos, registando-se uma tendência para colocar os programas de informação em franjas cada vez mais tardias (Lopes e Pereira, 2007:15).

Foi sensivelmente neste período que a programação portuguesa entrou na fase dos *reality shows*, tendo-se esse facto reflectido nos horários nobres, de acordo com as autoras anteriores, na fase pós-Big Brother (após Setembro de 2000), “a TVI e a SIC foram preenchendo o respectivo horário nobre com entretenimento, desalojando progressivamente a informação semanal dos seus serões (...) se compararmos, por exemplo, a oferta televisiva de 1993 com a de 2003, há diferenças substanciais, diferenças essas que se devem sobretudo a dois factores: o primeiro relacionado com mudanças estruturais do país e o segundo e talvez o mais importante, porque as opções dos directores da RTP, da SIC e da TVI, condicionadas pelas audiências, se alteraram radicalmente (...)” (Lopes e Pereira, 2007:15).

Foi a partir desta fase que, nas palavras de Lopes e Pereira (2007:16), “o serviço público de televisão adquiriu alguma singularidade”, num quadro em que a SIC e a TVI se convertem, depois do noticiário das 20h00, em canais privados de entretenimento.

Foi apenas no final de 2006 que o panorama televisivo nacional mudou, enquanto a administração da RTP anunciava profundas mudanças no horário nobre da estação⁵⁰, tendo-se mantido alguns dos programas de maior relevância, que prevaleceram mesmo até aos dias de hoje⁵¹.

O espaço televisivo dedicado aos mais novos não ficou alheio a todo este processo, sendo notórias as transformações nesta área. No que diz respeito à programação para crianças, de acordo com o quadro legislativo português, apenas o serviço público de televisão se encontra expressamente obrigado a considerar a produção e emissão de programas dirigidos à geração mais nova, todavia, os canais privados têm apostado, embora de forma irregular, no público infantil (Pereira, 2003). Não nos podemos esquecer que em 1994 havia surgido a televisão por cabo em Portugal, tendo sido licenciada pelo Instituto das Comunicações de Portugal (ICP), a primeira empresa de televisão privada portuguesa, a Bragatel. Posteriormente, surgiu a TVCabo Portugal (actualmente ZON), que era detida na sua totalidade pela Portugal Telecom. Em 1995, a Cabovisão começa também a operar em Portugal, prestando não só serviços de televisão mas também de internet, banda larga e telefone fixo por cabo (Cardoso *et al*, 2009).

Por conseguinte, podemos afirmar que o panorama da oferta televisiva para a infância se tornou muito diferente com a ruptura do monopólio televisivo, resultando num aumento do número de horas de emissão para as crianças. Embora haja um acréscimo das horas de programação geral, no entanto, “o aumento em quantidade nem sempre significou uma maior diversidade de produtos em termos de género, formato, conteúdos, origem e público-alvo” (Lopes e Pereira, 2007:26).

Como foi atrás referido, a RTP perdeu o papel de soberania em 1992, altura em que surgiu outro canal actual, a Sociedade Independente de Comunicação, designada pelo acrónimo SIC, este foi o primeiro canal independente e comercial a existir em Portugal. Um ano depois surgiu a Televisão Independente, comumente designada por TVI, sendo o segundo canal

⁵⁰ Luís Marques, um dos administradores da RTP, anunciou que o “prime-time” da RTP mudaria a partir do dia 11 de Setembro. O Telejornal reduziria a sua duração para 60 minutos e, diariamente, os telespectadores passariam a dispor de uma oferta televisiva com variados géneros (in)formativos. De acordo com as autoras, esta anunciada linha horizontal diversificada apenas se torna possível traçar devido a um trabalho que já vinha sendo desenhado há algum tempo (Lopes e Pereira, 2007).

⁵¹ Dos programas que permaneciam em grelha, constavam: *Grande Entrevista* (que estreou em Abril de 1998, com a moderação de Judite de Sousa), *Prós e Contras* (que surgiu em Outubro de 2002, apresentado por Fátima Campos Ferreira), *As Escolhas de Marcelo* (que apareceu em Fevereiro de 2005), *Notas Soltas* (inaugurado por António Vitorino em Maio de 2005) e *Em Reportagem* (aparece em Maio de 2006). A estes formatos, juntaram-se, a partir de 15 de Setembro, *Cuidado com a Língua*, um programa conduzido por Diogo Infante, e, a partir de 16 de Setembro, *A Voz do Cidadão*; da responsabilidade do Provedor do Telespectador da RTP, Prof. Paquete de Oliveira. Do lado dos privados, apenas a SIC apresentava um formato de informação que juntava ao Jornal de Domingo: *Reportagem SIC*, um espaço que se tornou autónomo do noticiário em Setembro de 2006 (Lopes e Pereira, 2007).

privado e o quarto generalista nacional. No ano de 2004, a RTP abraçou a RDP (Radiodifusão Portuguesa), que até essa data estavam separadas e, por isso, eram independentes. Entretanto, e com o forte contributo a nível tecnológico, logístico e de formação de quadros, os países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP) começaram a ter acesso às transmissões. Cerca de 200 milhões de pessoas têm agora acesso aos programas televisivos portugueses.

Muitas destas mudanças estão reflectidas num estudo bastante coerente apresentado por Pereira *et al* (2009) onde está representada a percentagem das emissões globais de televisão expressamente dirigidas aos segmentos de audiência mais jovens, sendo que o número assenta nos 12,7% do tempo total de emissão (no período compreendido entre Outubro de 2007 e Setembro de 2008). No período de estudo, os autores puderam concluir que apesar destes valores, o comportamento de cada um dos canais era bastante divergente, pois foi a RTP2 que mais se destacou, no tempo relativo dedicado às crianças, com cerca de $\frac{1}{4}$ do seu tempo total de programação. Em posição diametralmente oposta encontrava-se a RTP1, com uma percentagem média na casa dos 2% (fig. 4 e 5).

Meses	RTP1			RTP2			SIC			TVI		
	Total	Infantil/ juvenil	%	Total	Infantil/ Juvenil	%	Total	Infantil/ juvenil	%	Total	Infantil/ juvenil	%
Out.	9365	296	3,2	10080	2512	24,9	9709	1779	18,3	9450	980	10,4
Nov.	9413	168	1,8	10080	2546	25,3	9510	1151	12,1	9480	788	8,3
Dez.	9383	168	1,8	10080	2515	25,0	9470	1424	15,0	9450	765	8,1
Jan.	9220	225	2,4	10080	2842	28,2	9360	1440	15,4	9675	1149	11,9
Fev.	9205	170	1,8	10080	2761	27,4	9585	1503	15,7	9450	943	10,0
Mar.	9959	169	1,7	10080	2215	22,0	9885	475	4,8	9450	839	8,9
Abr.	8640	197	2,3	10080	2105	20,9	9840	540	5,5	9450	710	7,5
Mai.	10080	174	1,7	10080	2605	25,8	9720	837	8,6	9450	714	7,6
Jun.	10080	231	2,3	10080	2576	25,6	9847	496	5,0	9450	591	6,3
Jul.	10080	299	3,0	10080	2789	27,7	9735	1251	12,9	9450	822	8,7
Ago.	10080	157	1,6	10080	2592	25,7	9720	1110	11,4	9450	867	9,2
Set.	10080	168	1,7	10080	2890	28,7	9750	1494	15,3	9450	794	8,4

Fig. 4 Tempos Totais de Emissão e Tempos de Emissão Infantil e Juvenil em minutos da RTP1, RTP2, SIC e TVI (de Outubro de 2007 a Setembro de 2008)⁵²

⁵² Pereira *et al* (2009).

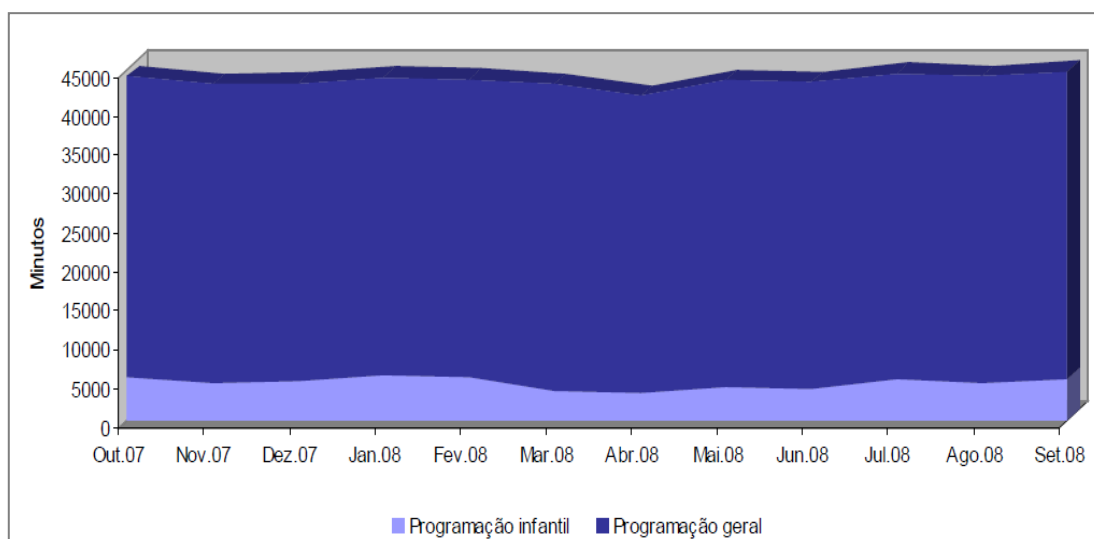


Fig. 5 Tempos totais de Emissão e Tempos de Emissão Infantil e Juvenil em minutos da RTP1, RTP2, SIC e TVI (de Outubro de 2007 a Setembro de 2008)⁵³

Os autores destacaram ainda que a RTP tira partido do facto de deter dois canais, o que lhe permite programar (e assumir os compromissos formalmente assumidos com o Estado) tendo em conta esse facto. Tal estratégia leva o operador a colocar a programação para os mais jovens nos dias úteis, sendo que a ínfima parte que esta programação ocupa no primeiro canal corresponde, mesmo assim, apenas aos fins-de-semana. Assim no total, os dois canais públicos dedicavam 15% do total do tempo de emissão aos segmentos mais novos da audiência (Pereira *et al*, 2009).

Se fizermos uma análise breve e concisa da programação actual dos quatro canais nacionais podemos ver que não decorreram grandes mudanças (fig. 6, de Janeiro de 2009 a Setembro de 2010). Apesar de o número de programas ter aumentado em todos os canais, a RTP2 continua a ser soberana no que diz respeito ao número de programas infantis/juvenis transmitidos, bem como ao tempo de transmissão dos mesmos, pois em qualquer dos meses a programação infantil/juvenil transmitida pelo canal ocupa um valor entre situado entre os 25% e os 30% da programação total diária.

Se analisarmos a totalidade do tempo de programação dos quatro canais vemos que o tempo que as estações nacionais dedicam à transmissão de programas para crianças é sempre bastante baixo e regular, rondando a programação infantil os 5 000 minutos mensais, dos quase 45 000 minutos médios transmitidos na totalidade pelos quatro canais (fig. 7).

⁵³ Pereira *et al* (2009).

Meses	RTP1				RTP2				SIC				TVI			
	Total Programas	Infantil/Juvenil (Programas)	Infantil/Juvenil (Minutos)	%	Total Programas	Infantil/Juvenil (Programas)	Infantil/Juvenil (Minutos)	%	Total Programas	Infantil/Juvenil (Programas)	Infantil/Juvenil (Minutos)	%	Total Programas	Infantil/Juvenil (Programas)	Infantil/Juvenil (Minutos)	%
Jan-09	7185	73	761,0	1,7	6130	1120	11794,7	26,4	8258	180	2774,6	6,2	8842	62	1336,1	3,0
Fev-09	6499	54	589,5	1,5	5598	1070	11082,5	27,5	8206	165	2537,9	6,3	8584	55	1117,3	2,8
Mar-09	6796	57	758,9	1,7	6352	1148	12520,8	28,0	9010	151	2140,4	4,8	9952	47	996,4	2,2
Abr-09	7315	45	477,3	1,1	6020	1128	12913,9	29,9	8476	161	2598,4	6,0	9502	44	940,4	2,2
Mai-09	7576	130	846,4	1,9	6539	1067	11573,8	25,9	8519	179	2679,4	6,0	9927	63	1307,9	2,9
Jun-09	7202	104	677,2	1,6	6307	1142	12287,3	28,4	8476	184	2701,1	6,3	9227	49	1010,4	2,3
Jul-09	7315	104	677,3	1,5	5746	988	13245,0	29,7	7956	204	3314,1	7,4	9884	36	752,3	1,7
Ago-09	7325	153	849,0	1,9	5193	986	12576,1	28,2	8157	211	3147,7	7,1	9748	49	979,8	2,2
Set-09	6329	91	590,9	1,4	5776	1062	13147,0	30,4	8183	156	1964,7	4,5	9676	46	784,8	1,8
Out-09	6813	117	757,3	1,7	6441	1094	12820,3	28,7	9645	156	1664,1	3,7	9953	47	892,5	2,0
Nov-09	6971	109	753,9	1,7	6249	1001	11617,2	26,9	8694	150	1837,9	4,3	9720	34	717,4	1,7
Dez-09	7601	98	597,1	1,3	6292	1366	13224,0	29,6	8232	195	3016,1	6,8	10184	51	1032,8	2,3
Jan-10	6493	137	952,2	2,1	6034	1166	12085,9	27,1	8409	182	2377,2	5,3	9779	66	1328,0	3,0
Fev-10	5934	103	691,5	1,7	5643	1037	10666,3	26,5	9130	164	2313,6	5,7	8962	41	850,8	2,1
Mar-10	7376	88	630,9	1,4	6305	1251	12747,4	28,6	9301	143	1822,1	4,1	10185	43	877,7	2,0
Abr-10	7351	73	522,1	1,2	5637	1137	12041,0	27,9	9309	148	1924,3	4,5	9684	48	957,3	2,2
Mai-10	7240	120	881,0	2,0	6412	1073	11330,2	25,4	9673	163	1897,3	4,3	9879	60	1109,6	2,5
Jun-10	7981	96	673,3	1,6	6423	1121	13421,4	31,1	9692	126	1494,5	3,5	10085	52	1002,5	2,3
Jul-10	7437	125	800,2	1,8	5704	905	11805,7	26,4	9530	152	1822,4	4,1	10539	62	1067,3	2,4
Ago-10	7811	122	792,9	1,8	5560	968	13421,4	30,1	9332	142	1755,9	3,9	10214	54	830,1	1,9
Set-10	7133	108	690,9	1,6	6228	1066	12669,9	29,3	8834	113	1246,9	2,9	10509	28	592,6	1,4

Fig. 6 Total de programas infantis e juvenis e respectivo tempo de emissão em minutos da RTP1, RTP2, SIC e TVI (de Janeiro de 2009 a Setembro de 2010)⁵⁴

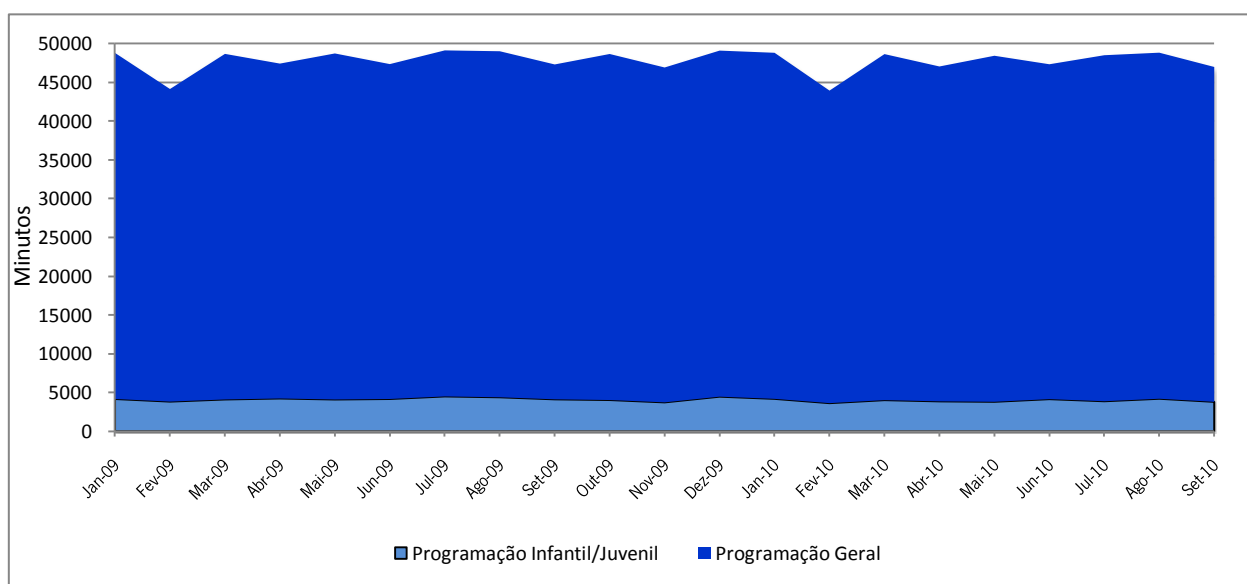


Fig. 7 Tempos totais de Emissão e Tempos de Emissão Infantil e Juvenil em minutos (conjunto dos 4 Canais)⁵⁵

⁵⁴ Elaboração própria a partir de dados da Marktest-audimetria/MediaMonitor.

⁵⁵ Elaboração própria a partir de dados da Marktest-audimetria/MediaMonitor.

Outro aspecto importante a destacar é o facto de a RTP2 continuar a ser a única estação televisiva a transmitir programação infantil durante a semana, no entanto não podemos deixar de lembrar que este aspecto é contrário ao que acontecia aquando o surgimento da estação, em que os períodos escolhidos para a transmissão de programas infantis pela RTP foram os domingos à tarde.

Actualmente podemos ver que a RTP2 dedica cerca de 2h30m diárias à transmissão de programas dedicados aos mais novos através de uma rubrica chamada *Zig Zag*, em que grande parte dos programas terem um cariz educativo, mas são destinados ao público pré-escolar. A soberania deste canal no que diz respeito à transmissão de programas infantis é bem visível perante a observação das grelhas de programas televisiva dos quatro canais de um dia normal da semana, onde se destacam cerca de 38 séries/episódios infantis⁵⁶, valor que contrasta fortemente com os restantes canais nacionais, que não dedicam tempo nenhum à transmissão de conteúdos infantis, como se pode observar pela figura 8.

Ao contrário do que observa com os canais públicos nacionais, é ao fim de semana que os canais privados disponibilizam programação para crianças: a SIC dedica cerca de 4h30m das suas manhãs na programação para os mais novos através do *SIC Kids*, sendo esta aposta em desenhos animados e séries estrangeiras dobradas em português⁵⁷. À semelhança da estação anterior, a Televisão Independente, ou TVI, que se tem destacado das outras estações pela produção de ficção nacional⁵⁸, dedica cerca de 3h aos fins-de-semana à programação infantil, sendo uma delas, uma série americana⁵⁹.

⁵⁶ Dos programas infantis transmitidos pela RTP2 destacam-se: *No país dos Ozie Bool!*; *Milo*; *Alex no pomar mágico*; *Bob, o construtor*; *Mãe Mirabelle*; *Vila Moleza*; *Iilha das cores*; *As aventuras das fadas dos dentes*; *Princesas do mar*; *As aventuras de Hello Kitty e os amigos*; *Lou!*; *Zimbras, a zebra*; *Manny mãozinhas*; *Ricky artista*; *Bibi & Tin*; *Little Einsteins*; *O gato Frankenstein*; *Escola de vampiros*; *Os contos do mundo*; *Sid Ciência*; *Travessura e finura*; *Hopla*; *Os cinco em acção*; *Animalia*; *Liga da justiça*. Extraído de <http://www.rtp.pt>, acedido em 13/03/10.

⁵⁷ A programação da SIC de fim-de-semana dedica através do *SIC Kids* cerca de quatro horas e meia à programação infantil que se baseiam em séries como por exemplo: *Naruto*; *Pokemon*; *Chiquititas*; *Power Rangers Mystic Force*; *Horseland*; *Chaotic* e *Gormiti*. Extraído de <http://www.sic.pt>, acedido em 13/03/10.

⁵⁸ A TVI deu um grande passo na ficção nacional em 1999 ao produzir, em conjunto com a NBP (Fealmar, Casa da Criação), que actualmente tem o nome de Plural Entertainment Portugal, estas estruturas têm dado à TVI maiores valores de audiências através da produção de várias novelas e séries nacionais. São também vários os países que têm comprado as séries portuguesas: América Latina, também os EUA, Roménia, Venezuela, Hungria, Vietname, Rússia, Polónia, China, entre muitos outros. Extraído e adaptado de <http://www.tvi.iol.pt>, em 12/03/10.

⁵⁹ A TVI dedica cerca de três horas à programação para os mais novos através de programas como *Boo*; *Auto B Good*; *Dinosaur King*; *Winx* e *Hannah Montana II*. Extraído de <http://www.tvi.iol.pt>, acedido em 13/03/10.

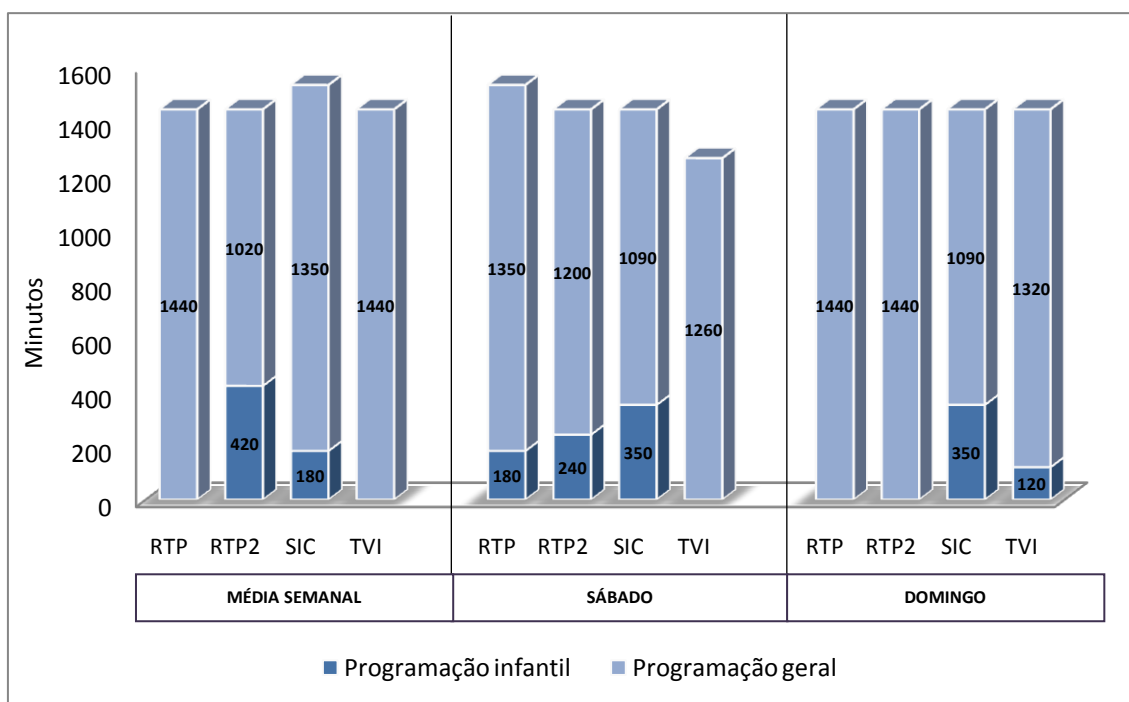


Fig. 8 Tempo dedicado à transmissão de programação infantil pela RTP, RTP2, SIC e TVI na primeira semana de Março de 2010

Para uma melhor percepção dos gostos do público português, foram também analisadas as audiências médias relativamente à idade dos telespectadores e aos programas mais vistos durante a mesma semana. A análise dos dados audiométricos revelou valores bastante singulares, existindo diferenças bastante significativas relativamente à idade dos telespectadores, pois a faixa juvenil aparece como a classe que mais televisão vê (fig. 9).

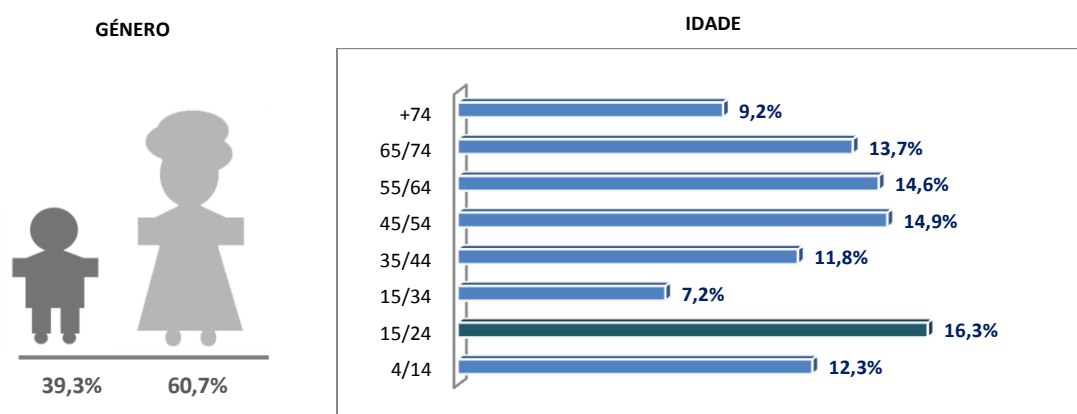


Fig 9 Percentagem de audiências por género e por idades na primeira semana de Março (dia 01/03/10 a 07/03/10)⁶⁰

⁶⁰ Dados extraídos da Notícias TV, com base em informação cedida pelo E-Telereport e Mediamonitor (grupo Marktest).

Perante a observação da idade dos telespectadores no período em análise destaca-se nitidamente a faixa dos 15-24 anos, sendo a que mais televisão viu (com um valor percentual de 16,3%), em segundo lugar surge a faixa dos 45-54 anos de idade (14,9%), e em terceiro a dos 55-64 (com 14,6%). Perante a observação da representação gráfica é possível verificar que do conjunto de telespectadores a faixa etária dos 4-14 anos de idade aparece apenas em 5ª lugar e com um valor de 12,3% relativamente ao valor total de telespectadores desta semana.















10 PROGRAMAS MAIS VISTOS TODAS AS FAIXAS ETÁRIAS					10 PROGRAMAS MAIS VISTOS NA FAIXA ETÁRIA 4-14 ANOS				
Lugar	Programa	Canal	Dia	% aud. média	Lugar	Programa	Canal	Dia	% aud. Média
1º	Portugal-China		03/03/10	19,4%	1º	Morangos com Açúcar		04/03/10	19,4%
2º	Benfica-Paços Ferreira		07/07/10	18,2%	2º	Meu Amor		01/07/10	18,2%
3º	Meu Amor		01/03/10	15,9%	3º	Deixa que te Leve		04/03/10	15,9%
4º	Deixa que te Leve		05/03/10	15,4%	4º	Repórter TVI		01/03/10	15,4%
5º	Repórter TVI		01/03/10	15,2%	5º	Jornal Nacional		04/03/10	15,2%
6º	Telejornal		06/03/10	13,4%	6º	Portugal-China		03/03/10	13,4%
7º	Jornal nacional		05/03/10	12,1%	7º	Lua Vermelha		07/03/10	12,1%
8º	Grande Entrevista		04/02/10	11,7%	8º	Tween Box		07/02/10	11,7%
9º	Jornal da Noite		03/03/10	11,5%	9º	Morangos com Açúcar		05/03/10	11,5%
10º	Benfica-Paços Ferreira – E. R.		07/03/10	11,2%	10º	Fama Show		07/03/10	11,2%

Fig 10 Percentagem de audiências na primeira semana de Março (dia 01/03/10 a 07/03/10)⁶¹

Relativamente aos programas mais vistos (fig. 10), destacam-se em primeiro lugar e para a totalidade dos telespectadores o jogo de futebol Portugal-China, em segundo o jogo Benfica-Paços de Ferreira e em terceiro lugar a telenovela nacional *Meu Amor*. Para o grupo dos mais novos os valores correspondentes às audiências na primeira semana de Março destacam em primeiro lugar a série portuguesa *Morangos com Açúcar*, em segundo a já referida telenovela *Meu Amor* e em terceiro lugar a telenovela *Deixa que te Leve*. De destacar ainda que os seis primeiros programas com mais audiências pertencentes a este grupo etário são transmitidos pela estação TVI, sendo na totalidade sete dos dez programas mais vistos.

A figura 11 representa um esquema que traduz os canais de televisão por cabo mais vistos na semana em análise.

⁶¹ Dados extraídos da Notícias TV (ed. de 15/03/10), com base em informação cedida pelo E-Telereport e Mediamonitor (grupo Marktest).

De acordo com a representação gráfica é possível observar que houve um conjunto bastante significativo de pessoas a assistir a canais cabo durante a primeira semana de Março, dos canais mais vistos destacou-se o temático SIC Notícias (com uma audiência que chegou a atingir as 30 300 pessoas), em segundo lugar surgiu o infantil Panda (com um valor que correspondeu a 19 300) e em terceiro lugar o AXN

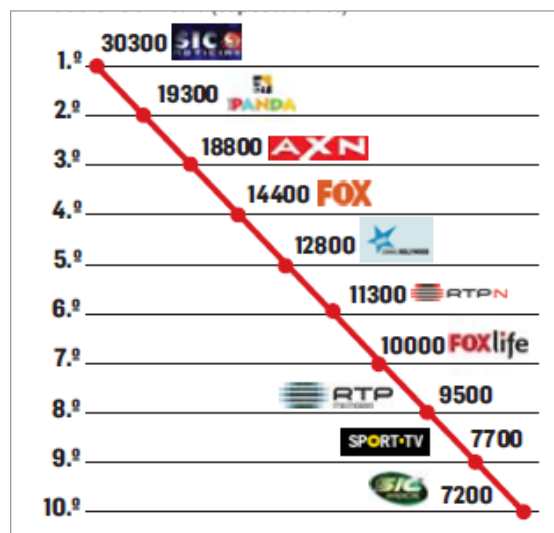


Fig 11 Percentagem de audiências dos canais cabo na primeira semana de Março (dia 01/03/10 a 07/03/10)⁶²

(com 18 800 telespectadores). Estes valores vêm relembrar que actualmente a grande aposta têm sido as redes privadas e a televisão digital, aliás, os grupos de canais televisivos nacionais têm, nos últimos anos, criado uma série de canais na rede privada como forma de aumentar o número de telespectadores, proporcionando-lhes uma oferta mais variada e a possibilidade de personalizarem os programas que querem ver⁶³. Este facto leva-nos novamente de encontro às ideias de Tornero, 2007 (cit. Stuchi, 1994) e às teorias da “personalização da oferta” em termos televisivos e serviços comunicativos, pois temos vindo a assistir a um aumento da elaboração de pacotes de produtos cada vez mais “individualizados”.

Este facto é bem visível a nível nacional, pois a estação televisiva SIC criou mesmo um canal exclusivo para crianças, o *SIC Kids* (designado pelo acrónimo *SIC K*). Este canal, também transmitido na rede privada, transmite séries ou filmes quase sempre dobrados em português e transformou-se numa nova forma de concorrência com antigos canais para crianças (como por exemplo o *Canal Panda* ou o *Disney Channel*), canais também representados no gráfico anterior.

Tudo isto nos leva a pensar que a audiência infantil não escapa às lógicas de rentabilidade que atravessam a produção e a difusão televisiva. As crianças são, cada vez mais, incorporadas na audiência familiar e por isso assiste-se, sobretudo no que diz respeito aos

⁶² Extraído e adaptado de Notícias TV, com base em dados cedidos por E-Telereport e Mediamonitor (grupo Marktest).

⁶³ A RTP criou para a rede privada mais seis canais: RTP Memória, RTP Internacional, RTP África, RTP Açores e RTP Madeira. A SIC disponibiliza aos seus telespectadores a SIC Notícias, a SIC Radical, a SIC Mulher, a SIC Internacional e a SIC K e a TVI fundou a TVI24, um canal de informação. Extraído e adaptado de <http://www.rtp.pt>; <http://www.sic.pt>; <http://www.tvi.iol.pt>, acedido a 10/04/10.

operadores privados, ao “dilema entre o desejo de manter a audiência infantil e o desejo de a incorporar na audiência familiar” (Lopes e Pereira, 2007:27).

É óbvio que as mudanças de horário dos programas infantis atrás referidas e o surgimento de cada vez mais canais privados (mesmo que nacionais) reflectem mudanças mais amplas na televisão em geral. De acordo com Lopes e Pereira (2007:27), a programação para crianças não está apenas sujeita “à concorrência entre canais, pois guerras de audiência no que diz respeito a programas infantis começam também a travar-se com os canais infantis disponibilizados através da rede de televisão por cabo”.

Não podemos esquecer que actualmente temos como oferta serviços “triple-play” (que integram televisão, internet e voz num só serviço) proporcionados por algumas empresas como a MEO ou a ZON, que começam a proporcionar canais cujo principal “meio de difusão é a internet” (Cardoso *et al*, 2009:65), em que é possível visualizar em *streaming* e com bastante qualidade séries de TV, em que podemos alugar um filme sem sair de casa ou até interagir em fóruns de opinião de diversos programas televisivos através do envio de *sms* ou *e-mails*. Por tudo isto, podemos afirmar que a televisão parece estar a evoluir para uma forma ou meio de entretenimento e informação em que “o consumidor já não é um simples espectador”, este deixa de ser um espectador passivo e está no centro da emissão, activamente responsável pelos conteúdos que são disponibilizados no seu próprio canal e não no seu destino final, passando a *interactividade* e a *flexibilidade* a ser as palavras de ordem. É claro que apesar de haver uma cada vez maior presença de canais privados nos lares portugueses, outro ponto importante a ter em conta são as pressões internas à própria estação e os constrangimentos de departamentos mais poderosos ao serviço de outras audiências com maior valor de mercado (Lopes e Pereira, 2007).

De volta à análise da programação nacional, particularmente ao caso da RTP2, Felisbela Lopes e Sara Pereira chamam ainda a atenção para o caso da RTP, referindo que “o discurso e a prática nem sempre se mostraram coerentes” (Lopes e Pereira, 2007:26), pois se, por um lado, queriam fazer da programação infantil uma das suas bandeiras de identidade, por outro, limitavam os orçamentos e reduziam ou eliminavam mesmo das grelhas os espaços dedicados aos mais novos. Por outro lado, as grelhas de programação infantil da estação não seguem sempre a mesma filosofia de intervenção: há períodos em que esta filosofia se tenta orientar pelos princípios da qualidade e da diversidade, oferecendo às crianças uma programação que se

caracteriza pela diferença (em relação à dos privados), apostando na diversidade de géneros, conteúdos, temas, formatos, personagens, horários de emissão e públicos-alvo; e há outros em que se assiste à substituição dos critérios de qualidade pelos critérios das audiências (“submetendo-se às regras do mercado e imperando os índices de audiência, que se tornam legitimantes das decisões da programação, afastando-se do figurino de serviço público de televisão”) (*idem*:27).

No entanto, tornou-se necessária avaliar a opinião de Teresa Paixão, actual directora de programação infantil da RTP, dada através de uma entrevista realizada no âmbito deste estudo, à qual nos disse apenas que actualmente “a RTP segue todas as normas inscritas na lei e no contrato de concessão de serviço público na escolha, realização e transmissão dos programas para crianças”.

É certo que os canais portugueses até têm transmitido programação infantil, mas se observarmos o número de programas educativos vemos que este está bastante aquém do ambicionado pelos investigadores. Nos últimos tempos a RTP tem sido a única estação a apostar em programação educativa (com os exemplos de *A Rua Sésamo*, *Jardim da Celeste* e a *Ilha das Cores*, fig. 12). No entanto, não deveria a RTP, tendo ela um papel de televisão de serviço público, ter como uma das prioridades a aposta em programas de ficção nacional? E, como refere Pereira (2003), em “programas pensados especificamente em função dos interesses, necessidades e realidades sociais e culturais das crianças portuguesas”?



Fig. 12 Apresentação do programa *O Jardim da Celeste*, (esquerda⁶⁴) e *Ilha das Cores* (direita⁶⁵) que passaram na RTP2

⁶⁴ http://www1.rtp.pt/programas-rtp/index.php?p_id=1088&e_id=&c_id=141&dif=tv.

⁶⁵ http://www1.rtp.pt/wportal/zigzag/programas_i.php.

Não nos podemos esquecer que os compromissos expressos no Contrato de Concessão de Serviço Público⁶⁶ que sublinham o facto de ser dever da RTP a transmissão de “uma programação diversificada (...), que reflecta nos seus conteúdos os interesses das diferentes faixas etárias que integram o público infanto-juvenil (...), ao mesmo tempo que garanta a “produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, que contribuam para a sua formação (...)” (Pereira *et al*, 2009).

A questão que surge neste âmbito é então de crescente relevância: será que a RTP transmite programas de cariz educativo apenas pelo facto de ser uma estação pública?

Estão deste modo delineadas as principais linhas acerca da evolução da programação infantil portuguesa, desde o surgimento desta até à actualidade, ficando a percepção de que a programação educativa nunca assumiu um primeiro plano nas grelhas televisivas, ficando esta para trás em virtude da transmissão de programas de entretenimento quase sempre de menor qualidade, sublinhando-se assim a ideia da procura de maiores audiências por parte das equipas de programação.

⁶⁶ O “Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão” foi um contrato celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA (2008), alguns dos seus artigos mais importantes para este contexto apontam como objectivos (Pereira *et al*, 2009):

- “A apresentação de uma programação diversificada que reflecta nos seus conteúdos os interesses das diferentes faixas etárias que integram o público infanto-juvenil, nomeadamente a dos 3 aos 6 anos, a dos 6 aos 10 anos e a dos 10 aos 16 anos; (b) o desenvolvimento das potencialidades físicas, mentais e sociais das crianças e dos jovens, designadamente através de uma programação que fomente a sua capacidade de reflexão e o seu sentido crítico” (Cláusula 2ª).
- A Concessionária deve “garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação” (Cláusula 7ª).
- Relativamente ao primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional (RTP1), o Contrato estabelece que este deve pelo menos incluir “espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infanto/juvenil” (Cláusula 9ª).
- Relativamente ao segundo serviço de programas (RTP2), este deve incluir, pelo menos, “espaços regulares de informação, adequadamente contextualizada, dirigidos ao público infanto-juvenil», «espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infanto-juvenil, adequados aos interesses das diferentes faixas etárias, nomeadamente a dos 3 aos 6 anos, a dos 6 aos 10 anos e a dos 10 aos 16 anos, que promovam, designadamente, a cultura e a língua portuguesas, devendo a sua difusão ter em conta os horários escolares». No que concerne à frequência de emissão, o Contrato determina que deve ser «diária, para os noticiários dirigidos aos diversos públicos, para os espaços de programação lúdica, formativa e educativa para o público infanto-juvenil (...)” (Cláusula 9ª).

3.1.3. O surgimento do conceito de *Televisão Educativa*

“(...) a televisão educativa deve funcionar como um modo de criação de um eleitorado mais inteligente e iluminado tornando-se um factor de integração para a democracia”

John Reith, fundador da BBC

No ponto anterior esboçamos o modo como a televisão evoluiu ao longo do tempo e mostramos o percurso dos principais canais televisivos nacionais, o presente capítulo debruçar-se-á acerca do conceito *televisão educativa*.

Ao efectuar uma primeira análise bibliográfica acerca deste conceito uma das conclusões que podemos tirar, à partida, é uma enorme dificuldade na sua definição, motivada pelo facto de não existir uma definição ímpar e coerente capaz de definir da melhor forma o conceito *televisão educativa*. Por outro lado, não há lei em Portugal que determine o que é um programa educativo nem que obrigue e “regule a inclusão deste tipo de programação nas grelhas das emissoras” (Croitor, 2001 cit. por Carneiro, 2005).

Assim e através da análise de referências de vários autores, as próximas linhas tentarão dar uma noção, o mais aproximada possível, do que se entende por *televisão educativa* de modo a que os leitores possam compreender o melhor possível este conceito.

Antes de mais, interessa perceber o que é a televisão e o que é a educação. Geralmente a televisão pressupõe “entretenimento, evasão, diversão e emoção”, de forma clássica a educação associa-se “ao educativo à sala de aula, aos objectivos curriculares, concentração, racionalidade” (Carneiro, 2005). Neste âmbito, podemos ver que as principais questões decorrentes da junção entre estes dois conceitos são: de que serve manter de forma tão limitada a concepção de educativa? Será credível submeter as produtoras e estações de televisão à responsabilidade de serem agentes educativos?

Não podemos esquecer o facto, como foi referido atrás, de que as produtoras de televisão têm fechado as portas aos programas pedagógico-didácticos, sublinhando mais uma vez a imagem de televisão como entretenimento e diversão, no entanto, têm-se observado a intenção de integrar a educação numa modalidade mais expressiva e indirecta, numa versão cinematográfica e artística, mas sempre categorizando o educativo como “o género inferior”:

“Produzir TV diferente para uso diferenciado, pedagógico, parece-nos uma proposta equivocada, embora tecnologicamente possível. Preferimos partir da TV comercial e da escola que temos, pois acreditamos que educar pressupõe uma íntima relação do ser humano com sua realidade. Só dessa relação matricial podem surgir as condições de afloramento de consciência crítica. Assegurar a coerência entre a realidade contextual e a educação exclui o artificialismo de situações pedagógicas especialmente produzidas”.

(Resende, 1989 cit. por Carneiro, 2005:184)

Vários estudos apontam que muitas vezes as crianças aprendem mais ao visualizar programas não educativos⁶⁷, pois frequentemente a educação das crianças é “influenciada mais fortemente pela programação regular das emissoras do que por programas especificamente educacionais” (Carneiro, 2008).

No fundo e como a maior parte dos autores salienta, actualmente, um programa educativo assenta num programa produzido em função de uma “intencionalidade educativa” (Carneiro, 2008). Esta, é sem dúvida uma definição que se baseia aos princípios da televisão educativa, em que esta dizia respeito a toda forma de veiculação, via TV, de programas e projectos que objectivavam o ensino de algo. Alguns autores referem mesmo que na altura “o uso popular permitiu ao termo televisão educativa compreender quase todo tipo de programa educacional de televisão, apresentado para qualquer finalidade séria ou que tente ensinar alguma coisa” (Gordon, 1967).

Em 1963, o Serviço Fixo de Televisão Educativa declarou que a finalidade primordial da televisão educativa era transmitir matéria educativa visual e sonora a determinados locais receptores, em escolas públicas e particulares, faculdades e universidades e outros centros de instrução para a educação formal dos alunos” (Burke, 1974). Esta definição, embora apresentasse várias “limitações” de alcance e de programação, assumiu-se como o embrião para o surgimento do actual conceito de televisão educativa, pois descolou as emissoras dedicadas à educação das emissoras que tinham finalidades comerciais.

Apesar de estas definições já fazerem referência ao carácter educativo da televisão, interessa salientar a definição de Leal Filho (1997), que refere que a “rádio e a televisão são

⁶⁷ De acordo com um balanço de pesquisa sobre televisão e criança na América Latina, realizado por Guillermo Orozco Gómez, a corrente que mais proliferou em estudos sobre os efeitos deste *mídia* centrava-se nos efeitos educacionais da programação não educativa (Carneiro, 2008).

veículos da produção cultural de um povo ou de uma nação” e que, para exercerem essa tarefa não podem ser “contaminados por interferências políticas ou comerciais”.

Melgar (2009) concorda com as ideias anteriores, dando-nos a entender que a televisão tem uma posição privilegiada como meio de comunicação⁶⁸ que alcança milhões de pessoas e cumpre o importante papel de mudar estereótipos, evitar prejuízos e colaborar na plena integração das minorias sociais. Este autor vai mais longe, referindo que no meio de muitos dos telespectadores estão “pessoas com necessidades educativas especiais, pessoas discriminadas, as marginalizadas, as minorias culturais e étnicas”.

É através desta *cultura produzida para massas* (Silva, 2005) que a televisão educativa deve desenhar os programas com uma finalidade educativa clara, a de modo a que o planeamento técnico caminhe ao lado do didáctico, de que os conteúdos sejam definidos sob uma base educativa. A acrescentar a estas concepções temos ainda de ter em conta a ideia de que a televisão educativa deve ter “parâmetros diferentes dos utilizados na televisão dita comercial” (Melgar, 2009), e acima de tudo, que o critério de qualidade prime sobre o da audiência.

De uma forma geral podemos então dizer que a televisão educativa visa transmitir conteúdos de carácter formativo e educativo por meio da televisão. Esta, que quase sempre é utilizada como um meio de entretenimento, torna-se uma ferramenta de ensino, devido ao enorme poder da imagem e da sua consequente influência. Deste modo, a televisão educativa é um instrumento capaz de “salvar as diferenças e humanizar a convivência das pessoas” (Melgar, 2009), tornando-se um meio de melhorar a comunicação entre os cidadãos, bem como a cultura e o nível socioeconómico das pessoas. No entanto, e ao observarmos a panóplia de programas que a maioria das estações televisivas transmite, debatemo-nos certamente com uma importante questão: existirão programas verdadeiramente educativos? É sob essa questão que trata o ponto seguinte.

⁶⁸ A este respeito Cardoso *et al* (2009:61), citando um estudo anterior (Cardoso, 2006) referem que a comunicação é um produto que depende de três condições: “a *organização económica dos media* que se reporta à forma como se relacionam os diferentes *media* em função em termos de transmissão e produção de conteúdos; as *diferentes matrizes de media* que se reportam às nossas representações ou atitudes face aos *media* e às formas de classificação dos *media* em função das nossas necessidades e objectivos e por último, as nossas *dietas mediáticas*, ou práticas com os *media*”. De acordo com estes autores a conjugação de estas três dimensões veio produzir um modelo comunicacional que articula a comunicação interpessoal e a comunicação em massa.

4. Existirão programas verdadeiramente educativos?

“ (...) não há uma relação unidireccional, de causa-efeito, entre TV e vida quotidiana: a TV contribui para estruturar as rotinas quotidianas, mas o seu uso é também condicionado pelo quadro de normas e de valores dos contextos de recepção (...)”

(Pinto e Pereira, 1998:7)

Se no ponto anterior centramos o tema na definição do conceito de *televisão educativa*, esta parte recai na análise do que é afirmado por vários autores como o melhor exemplo de programa educativo que alguma vez surgiu: o programa infantil *A Rua Sésamo*.

Sabendo que os primeiros programas educativos foram concepções inglesas, tendo neste âmbito a BBC ganho um papel de destaque, foi a televisão americana, nomeadamente a PBS (Public Broadcasting Service)⁶⁹ que se destacou com a produção do que viria por ser um dos programas educativos mais vistos pelas crianças, pois com o apoio governamental havia surgido a *Sesame Street*, programa ao qual se dedicam as seguintes páginas.

4.1. O exemplo de *A Rua Sésamo*

"Vem brincar, traz um amigo teu. E ao chegar, tu vais poder também ensinar como se vai até à Rua Sésamo..."

Letra do générico do programa Rua Sésamo, versão portuguesa

Programa que se estreou na televisão pública norte-americana em 1969, a *Sesame Street* foi criada numa conjuntura em que ocorriam importantes acontecimentos políticos e sociais. A par das mudanças políticas, vivia-se numa época em que a sociedade começava a ter em conta os problemas relacionados com o insucesso escolar das crianças pobres, muitas vezes de minorias étnicas e que viviam em meios urbanos degradados.

⁶⁹ A Public Broadcasting Service (PBS) é uma rede de televisão vigente nos EUA de cariz educativo e cultural, em contraponto às grandes redes comerciais que operam no país. Possui na sua programação documentários, telejornais e programas educativos. A programação é ancorada de vários estados norte-americanos. Antes denominada de National Educational Television (Net), a emissora, para além de ter produzido a *Sesame Street*, também é conhecida por colocar no ar seriados e filmes britânicos de emissoras como BBC (pública), ITV e Channel 4 (privadas), assim como produções originais (Pinto e Pereira, 1998).

A já referida *Action for Children's Television* manifestava-se constantemente contra o tipo de programação que passavam nas cadeias televisivas, bem como contra as desmedidas manchas de publicidade dos períodos de sábado de manhã, reivindicando ao mesmo tempo maior intervenção e regulamentação nos programas transmitidos.

Foi nesta conjuntura que a produtora de televisão Joan Cooney e Lloyd Morrisett⁷⁰, da Fundação Carnegie, conseguiram criar um programa inovador: a *Sesame Street* (fig. 13).



Fig. 13 À esquerda a criadora da Sesame Street Joan Cooney, durante as celebrações do 40º aniversário da rua com o mesmo nome da série, em Nova Iorque, Novembro de 2009⁷¹

Considerado por muitos o primeiro programa infantil a “ensinar conceitos e divertir” (Carneiro, 2008), o sucesso educativo do programa passou por uma estratégia particular, capaz de levar os pequenos espectadores mais assíduos a ficar cativados pela natureza benéfica dos episódios: o programa utilizava um formato constituído por unidades curtas e vivas, semelhante aos blocos publicitários (Pinto, 2000).

⁷⁰ Joan Ganz Cooney e Lloyd N. Morrisett são actualmente produtores televisivos e tornaram-se bastante conhecidos por serem co-fundadores do Childrens Television Workshop, actualmente chamado de Sesame Workshop. Extraído e adaptado de http://en.wikipedia.org/wiki/Joan_Ganz_Cooney e <http://www.joanganzcooneycenter.org/about/our-people/mlloyd.html>, acedido a 25/05/10.

⁷¹ <http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=12259067>.

Também Ponte (1998) referiu este aspecto nos seus estudos, mencionando que “o programa recorria ao ritmo e às técnicas de montagem já exploradas noutros campos da produção televisiva, nomeadamente na publicidade”. A autora faz referência a Hall (1977) quando este lembra o facto da *Sesame Street* ter procurado na linguagem publicitária e na sua alternância de tempos e ritmos, as linhas de captação do olhar, da atenção e da memória das crianças em idade pré-escolar. Esta relação é reforçada por Carneiro (2008:31), quando esta autora sublinha o facto de a estrutura do programa ser formada “por quadros ou módulos de curta duração (...) que se repetiam em ritmo acelerado (...) cada módulo com um objectivo pedagógico específico e formato inspirado em técnicas publicitárias.”

A este respeito, também Raymond Williams (cit. por Carneiro, 2008:31) refere que a Rua Sésamo “captou o prazer das crianças com *jingles* e publicidade”, acrescentando que o programa usou esse divertimento num “sentido não comercial, mas educativo, como motivação para ensinar conceitos”, sublinhando assim o facto de não devermos chamar esse método de comercial.

Não podemos deixar de fazer referência ao modo como está organizado o currículo educativo do programa, assentando numa série de linhas gerais com o objectivo de formar “crianças saudáveis, alegres, abertas, curiosas, activas, com confiança em si e no mundo (...) conscientes da identidade fundamental do ser humano, independentemente do seu sexo, raça, etnia, idade, classe social ou deficiência”. O programa orientou as suas preocupações em três áreas principais (Ponte, 1998 cit. Brederode Santos):

- “Área A - Os poderes da criança: fomentar a auto-estima da criança, ajudá-la a adquirir hábitos de saúde, higiene e segurança e a facilitar as relações com os seus próximos. Ênfase no controlo que a criança pode exercer sobre si mesma e o seu meio físico e social.
- Área B – Aprender com êxito: promover o desenvolvimento cognitivo, atitudes positivas face ao aprender e à escola e as aquisições simbólicas necessárias às actividades escolares.
- Área C – Unidade e diversidade do mundo: contribuir para a construção da identidade cultural da criança, o seu conhecimento do real e apreço pela diversidade do mundo nas suas manifestações físicas e sociais bem como o despeto pelo património natural e cultural e, em particular, pela dignidade de todos os seres humanos.”

Cada uma das áreas anteriores descritas foi subdividida em objectivos mais específicos, para que cada uma das equipas de escrita, realização e produção gerasse de maneira “positiva, atraente e divertida episódios (cada um, com um objectivo específico)” (Ponte, 1998).

Para além destas características, o programa assenta também em técnicas que seguem lógicas de desenvolvimento curricular e cognitivo, e técnicas fomentadoras de atenção e compreensão por parte das crianças, sendo que o humor, a diversidade de personagens e dos seus traços surgem como estratégias necessárias ao sucesso do programa (Pinto, 2000).

Com a filosofia de *aprender de forma divertida*, o programa tentou tirar partido de recursos técnicos para romper com a dicotomia entre as dimensões recreativa e educacional. Aliás, como refere Ponte (1998:64) “pela primeira vez na história da televisão (...) o entretenimento e a educação associavam-se numa série de âmbito nacional”.

Não podemos deixar de parte o factor, como referiu Cristina Ponte nos seus estudos, de que no programa “participavam pessoas que conheciam crianças segundo diferentes perspectivas: profissionais de educação, investigadores de comunicação, psicólogos, escritores, guionistas”, ou, como referiu Pinto (2000), dizendo que o programa requereu para além de técnicos de som, técnica e imagem, *técnicos de significado*. Deste facto ressaltam dois importantes aspectos: por um lado, o facto de a pré-produção se ter relevado exaustiva, revelando a cada momento a complexidade da relação entre os profissionais da educação e da televisão, baseada em constantes seminários e reuniões. Por outro lado, o facto de na relação de técnicos de educação e de televisão de países diferentes se ter reparado que as crianças poderiam ter necessidades diferentes consoante o local onde habitavam. Um exemplo deste facto pôde ser observado nas necessidades educativas das crianças portuguesas, que assentavam em hábitos de dependência física, como vestirem-se, calçarem-se e alimentarem-se sozinhas, opondo-se a esta realidade a das crianças dos Países Africanos no Língua Portuguesa (PALOP), que adquiriam esses hábitos desde cedo por força das circunstâncias. Todos estes factos chamaram a atenção para que se tivesse em conta as vivências, hábitos, interesses e praticas culturais de cada meio. Este último aspecto revela-se de uma extrema importância, tendo em conta que a *Sesame Street* passou em mais de 80 países, pelo que essa “adaptação aos hábitos e costumes das sociedades receptoras” só era possível porque a expansão do programa seguia uma filosofia de co-produção, em que as estações de cada país tratavam da dobragem e adaptação da série, tendo em conta os costumes e hábitos locais dos países que a Rua Sésamo foi transmitida (fig.14).

1972: <i>Plaza Sésamo</i> , México e América Latina	1996: <i>Barri Sésam</i> . (versão dobrada ao catalão da espanhola)
1972: <i>Vila Sésamo</i> , Brasil	1998: <i>Shara'a Simsim</i> , Territórios Palestinos
1973: <i>Sesamstraße</i> , Alemanha	1998: <i>Zhima Jie</i> , China
1973: <i>Canadian Sesame Street</i> , Canadá (posteriormente <i>Sesame Park</i>)	1999: <i>Sesame English</i> , Taiwan, China e Itália
1976: <i>Sesamstraat</i> , Holanda	2000: <i>Takalani Sesame</i> , África do Sul
1978: <i>I, rue Sesame</i> , França	2000: <i>Alam Simsim</i> , Egipto
1979: <i>Iftah Ya Simsim</i> , Kuwait	2004: <i>Koche Sesame</i> , Afeganistão
1979: <i>Barrio Sésamo</i> , Espanha	2004: <i>Sesame Street</i> , Japão
1981: <i>Svenska Sesam</i> , Suécia	2005: <i>Sisimpur</i> , Bangladesh
1983: <i>Rechov Sumsum</i> , Israel	2005: <i>Rue Sésame</i> , França
1984: <i>Sesame!</i> , Filipinas (posteriormente <i>Batibot</i>)	2005: <i>Sabai Sabai Sesame</i> , Camboja
1986: <i>Susam Sokağı</i> , Turquia	2006: <i>Galli Galli Sim Sim</i> , Índia
1989: <i>Rua Sésamo</i> , Portugal	2007: <i>Sesame Indonesia</i> , Indonésia
1991: <i>Sesam Stasjon</i> , Noruega	2007: <i>Vila Sésamo</i> , Brasil
1996: <i>Ulitsa Sezam</i> , Rússia	2007: <i>Sesame Street</i> , Irlanda
1996: <i>Ulica Sezamkowa</i> , Polónia	2009 <i>Hikayat Simsim</i> , Jordânia e Territórios Palestinos

Fig. 14 Alguns dos países em que a *Sesame Street* passou⁷²

Para reforçar a ideia anterior podemos destacar dois exemplos: o primeiro, quando a *Sesame Street* (*Shara'a Simsim*) passou até na Palestina (fig. 15 e 16) onde um dos valores desenvolvidos nas crianças era o de combater sentimentos anti-israelitas, o segundo exemplo relativo a Israel, em que a *Sesame Street* passou sob o nome *Rechov Sumsum*, e onde os produtores tiveram o cuidado de incluir no seu currículo o desenvolvimento da tolerância e da compreensão entre pessoas de diferentes culturas e a promoção da tradição judaica (Kodaira, 1990, cit. por Ponte, 1998).

Por outro lado, é de destacar o facto da divulgação do programa ter tido como alvo as famílias mais carenciadas de meio urbano. Lesser (1974, cit. por Ponte, 1998), referiu que foram mesmo mobilizados milhares de jovens voluntários para a sensibilização de que em breve ia aparecer no ecrã um programa que poderia ajudar no sucesso escolar.

⁷² http://pt.wikipedia.org/wiki/Sesame_Street.



Fig. 15 O palestino Fadi Alghoul segura o boneco Haneen nas preparações para as filmagens de uma cena da Rua Sésamo (*Shara'a Simsim*) num estúdio de West Bank em Outubro de 2009⁷³



Fig. 16 O actor palestino Ezzat Natsheh conversa com o boneco Kareem (actor Shaden Zamarini) durante as filmagens de mais uma cena da série no estúdio de West Bank em Outubro de 2009⁷⁴

⁷³ <http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=12043609>.

⁷⁴ <http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=12043324>.

Era necessário manter a qualidade do programa para que a série conseguisse captar a atenção do público, o que exigia elevados recursos financeiros. Para esse efeito foi criada a *Children's Television Workshop* (CTW), reunindo importantes nomes da produção como Jim Henson⁷⁵, criador dos marretas, e Joe Raposo⁷⁶, especialista no som musical (fig.17).



Fig. 17 Jim Henson⁷⁷ e Joe Raposo, dois dos principais nomes ligados à produção da *Sesame Street*⁷⁸

⁷⁵ James Maury "Jim" Henson (1936-1990) foi o criador e manipulador dos bonecos Muppets, foi também fundador da Muppets, Inc. (agora The Jim Henson Company). Foi em 1968 que a Children's Television Workshop, criou uma parceria com a Muppets, Inc., participando na produção da *Sesame Street*. Em 1976, a Muppets, Inc. formou parceria com a ATV/ITC Entertainment, para produzir o espectáculo de maior sucesso dos Muppets: *The Muppet Show*, no qual, os personagens o *Sapo Cocas*, o *Urso Fozzie*, o *Cão Rizzo*, *Miss Piggy* etc. recebiam convidados especiais, tais como Elton John, George Burns, e Madeline Kahn. Posteriormente foram lançadas ainda curtas metragens: *Muppets, o Filme*, (1979), *A Grande Farra dos Muppets* (1981) e *Os Muppets Conquistam Nova Iorque* (1983). No mesmo ano Henson construiu uma empresa de criação e confecção de bonecos animados e cenários, e animação de personagens computadorizados, chamada de *Jim Henson's Creature Shop*. Posteriormente, Henson iniciou uma panóplia de séries e filmes, dos quais se destacam: *Fraggle Rock* (1983); *Labirinto, a Magia do Tempo* (com a *Lucasfilm*, 1986); *Família Dinossauros* (1990). Extraído e adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Jim_Henson, acedido a 21/09/09.

⁷⁶ Joseph Guilherme Raposo Jr. (1937-1989), foi compositor e pianista, para além de ter sido director musical da *Sesame Street*, produziu inúmeros musicais para a Broadway, bandas sonoras de filmes e programas de televisão. Foi em 1965, em Nova Iorque que Joe Raposo, como era conhecido, encontrou Jim Henson, participando com ele na *Sesame Street*, Raposo proferiu uma afirmação, que predomina até hoje no meio musical mundial: "não faço música infantil, mas sim música para uma audiência mais pequena". Conseguiu ainda ser nomeado para o Oscar da Melhor Canção, com o tema "The First Time It Happens". Extraído e adaptado da notícia de Andy Smith, *Providence Journal*, em: <http://www.acorianooriental.pt/img/oldData/data/20042783152.pdf>, acedido a 21/09/09.

⁷⁷ <http://chud.com/articles/contentimages/55/jimhensonkermit.jpg>.

⁷⁸ <http://www.muppetcentral.com/news/2004/091804.shtml>.

A par de todos estes factores, o programa tentava “provar que com recursos, tempo de preparação e talento adequados, era possível um programa destinado à população pré-escolar competir com êxito no mercado televisivo”, usando as melhores técnicas contemporâneas de entretenimento televisivo (Ponte, 1998, cit. Maria Brederode Santos).

Este conjunto de características transporta-nos para os estudos de Huston, Rice e Wright, do Centro de Pesquisas sobre a Influência da Televisão nas Crianças da Universidade do Kansas (Ponte, 1998), onde elaboraram uma taxonomia de atributos formais em televisão que se subdivide em:

- “- acção, quantidade de movimento físico (indo do rápido ao moderado);
- ritmo, decomposto em variabilidade (número de cenas diferentes) e nível de integração corporal (intervalo de cenas integráveis);
- aspectos visuais (mudanças de câmara, efeitos visuais, violações da realidade física);
- aspectos auditivos (música, efeitos sonoros, falas diálogos, canções, ...)”

Podemos dizer que os produtores da *Rua Sésamo* tiveram em conta todas estas lógicas e estratégias, pois todos estes critérios estão presentes nos episódios desta série, pois desde sempre tentou captar a atenção das crianças, por exemplo através da música e dos efeitos sonoros, que de acordo com Ponte (1998) são “influentes na memorização”.

Outro estudo que podemos destacar neste contexto é o de Rice *et al* (1983, cit. por Ponte, 1998), que se debruçou acerca dos códigos linguísticos e linguagem verbal dos programas infantis. Este autor referiu nos seus estudos que a linguagem e o modo como a utilizavam era um elemento de extrema importância, principalmente no contexto educacional dos programas. Um factor que estes deveriam ter obrigatoriamente em conta é a idade alvo da sua audiência, programas para crianças em idade pré-escolar deveriam recorrer a níveis moderados de comunicação verbal e de diálogos, utilizar o sentido literal das palavras, chamadas de atenção e reforço em palavras-chave, programas destinados a crianças um pouco mais velhas deveriam recorrer mais a diálogos, enriquecimento de vocabulário e apresentação de significados não literais com uma estruturação gramatical simples.

Mais uma vez, podemos observar que este foi uma vertente tida em conta pelos produtores de *A Rua Sésamo*, pois se analisarmos atentamente alguns episódios da série podemos observar que a linguagem utilizada pelos apresentadores e “bonecos” obedece rigorosamente às características apresentadas pelos investigadores anteriores, por exemplo a

nível da “repetição de segmentos, o que possibilita à criança antever e antecipar o que vai acontecer” (Ponte, 1998).

Em Portugal, a *Rua Sésamo* começou a ser co-produzida em 1987 e estreou-se em 1989, foi caracterizada pela sua coordenadora Clara Alvarez como “uma grande aposta a nível da Direcção de Programa, produzida em termos inéditos” (Ponte, 1998).

Este projecto tentou, em grande parte, atenuar a inadequada conjuntura política e social do país que na altura se vivia: carências de educação pré-escolar e elevadas taxas de insucesso nos primeiros anos de escolaridade, o que pode justificar o facto de este projecto ter tido um elevado apoio por parte do Ministério de Educação.

Durante a realização deste trabalho surgiu a oportunidade de entrevistar um dos elementos da equipa técnica que contribuiu para o desenvolvimento deste projecto televisivo em Portugal, o realizador da 2ª e 3ª séries Rui Nunes.

Com um total de 440 episódios nacionais (valor que contrasta bastante com os 4135 americanos), foram feitas quatro séries, dividindo-se duas de 130 e de 90 episódios, num período em que, de acordo com um artigo de Teresa Paixão, nem todas as crianças frequentavam o pré-escolar devido ao facto do “ensino ser privado”, tendo sido graças à *Rua Sésamo* que “muitos miúdos aprenderam as letras e os números (Rito, 2009).

A versão portuguesa da *Rua Sésamo* esteve no ar sete anos, e apresentou um custo de elevado (cerca de 2 000 000 euros), com um elenco de actores/atrizes bastante rico, dos quais se destacam nomes como Alexandra Lencastre, Vitor Norte, António Anjos ou Fernando Gomes, sendo que alguns eram apenas responsáveis por dar voz aos bonecos, cuja coordenação esteve atribuída a João Lourenço e mais tarde a António Feio (fig. 18).

Relativamente à direcção da equipa técnica que tornou possível a transmissão desta série infantil em Portugal salientam-se nomes como: Maria Emília Brederode, directora da equipa pedagógica; Manuel Petróneo, director da equipa de produção; João Aguiar, director da equipa de escritores e guionistas; António Feio, director da equipa de dobragem e os realizadores Manuel Varela (1ª série), Fernanda Cabral e Rui Nunes (2ª e 3ª séries) e José Poiares e Olga Toscano (4ª série).

Um aspecto pertinente a ter em conta é o facto de apenas cerca de dez minutos diários de cada episódio serem produzidos no nosso país, tendo a maior parte dos conteúdos vindo dos EUA. Um facto curioso é que cada documentário, cena de estúdio e animação foi objecto de

análise e supervisão americana, tendo mesmo o núcleo principal da equipa recebido formação nos EUA, tendo estes sido, nas palavras do produtor Ricardo Nogueira “muito exigentes” (Rito, 2009).



Fig. 18 O elenco português da *Rua Sésamo* em 1991⁷⁹

Também na entrevista de Rui Nunes estes dois aspectos foram abordados. Em primeiro lugar, através da referência ao facto de que havia um enorme cuidado na preparação das animações e na realização das traduções e dobragens do material americano (tanto nos “marretas” como nos “live action films”). O segundo aspecto referido pelo realizador foi que a preparação do material a ser trabalhado escolhido pelos coordenadores no início do ano tinha obrigado a uma deslocação destes a Nova Iorque à sede da CTW. Acresce o facto de durante a transmissão da 1ª série os responsáveis pelo formato e conteúdos terem estado em Portugal a fim de acompanharem reuniões de preparação de gravações e observarem estas permanentemente.

Relativamente às principais dificuldades na realização de um programa educativo como a Rua Sésamo em Portugal, estas prenderam-se, de acordo com o realizador, com o prazo, a sua extensão e complexidade: eram 130 episódios por ano, com rodagem dos exteriores entre

⁷⁹ <http://www.facebook.com>.

Março e Maio, dos segmentos de estúdio nos meses de Verão (Maio a Agosto) e com pós-produção a partir de Setembro, com os primeiros episódios a serem emitidos logo em meados de Outubro.

Na entrevista foi possível perceber que a responsabilidade dos elementos da equipa técnica portuguesa era bastante elevada devido a alguns factores: o primeiro assentava no facto de que não havia antecedentes na programação infantil deste género no nosso país, por outro lado, tinha sido o maior investimento de sempre da RTP nesta área. A acrescentar a tudo isto realçava-se o facto de a CTW ter já na altura mais de 20 anos de experiência e de que o destino dos episódios não se dirigia apenas ao nosso país mas tinha um percurso pelos PALOP.

Questionado acerca da organização dos conteúdos pedagógicos no decurso de cada episódio, o realizador referiu que os objectivos pedagógicos eram definidos e organizados numa grelha que definia o alinhamento dos programas e que permitia, por vezes, repetir os mesmos objectivos ao longo da série, acrescentando-se um facto que não pode ser descurado: desde sempre estiveram ligadas à produção da série pessoas ligadas ao desenvolvimento cognitivo, que integravam a equipa pedagógica e apresentavam os temas e os objectivos a atingir e, posteriormente, analisavam as gravações verificando se os objectivos eram cumpridos.

Já no final da entrevista surgiu a necessidade de colocar ao realizador a seguinte questão: se a Rua Sésamo voltasse à televisão portuguesa será que esta apresentaria a mesma adesão por parte do público pré-escolar que apresentou outrora? A opinião foi sem dúvida assertória, pois de acordo com Rui Nunes “o índice de repetição do modelo prevê que as crianças crescem e outras nascem entretanto”, para completar a resposta a esta questão acrescentou ainda que “o investimento inicial poderia ser elevado mas os custos de manutenção baixariam consideravelmente.”

A última questão da entrevista prendeu-se com a qualidade da televisão portuguesa e com a não transmissão de programação educativa em função da subida de audiências. Na resposta, o realizador referiu que se trata essencialmente de uma questão de retorno publicitário, “maus programas infantis, cheios de violência, vendem muitos bonecos”, afirmando ainda que “a educação das nossas crianças deveria ser uma prioridade do Estado Português e a programação infantil encarada como serviço público”.

A verdade é que em quase todos os lares a série assumiu um cariz especial, muito devido à sua capacidade para “intervir, de forma motivadora, no desenvolvimento de

competências e de conhecimentos de crianças em idade pré-escolar”, com o importante objectivo de combater simultaneamente as disparidades socioculturais (Pinto, 2000).

Para além dos aspectos já enumerados, é importante realçar que para a época que começou a ser transmitida em Portugal (1985), a série assentou em bases bastante inovadoras (Ponte, 1994). Desde o facto de ter sido precedido, acompanhado e seguido de investigações apoiadas em diferentes metodologias e técnicas, de ter articulado, em torno da língua portuguesa, uma perspectiva multicultural, de descoberta do mundo e da diferença, e ainda o facto de ter tido em consideração as vivências, interesses e práticas culturais de crianças de diferentes meios.

Pinto e Pereira (1998:5) referem ainda que programa tem subjacentes como pressupostos a afirmação das potencialidades da “aprendizagem lúdica e do entretenimento educacionalmente intencionalizado com base na televisão e o de que a televisão pode ter um efeito positivo e *pró-social*”.⁸⁰ Brederode Santos (1991, cit. por Pinto e Pereira, 1998:6) refere que, por um lado, a criança retira informações, modelos de comportamento, atitudes e valores daquilo que vê na televisão e, por outro lado, interpreta e reconstrói à sua maneira essas informações, modelos e atitudes, a *Rua Sésamo* foi sem dúvida um bom exemplo.

Relativamente às orientações que presidiram à concepção e produção do programa, existia uma percepção das crianças como agentes sociais activos. Neste tipo de programas, a criança participa num processo de aprendizagem ao nível motor, intelectual e afectivo apropriado à sua idade, cujos objectivos são o fomento da auto-estima e da autonomia; o desenvolvimento cognitivo e o desenvolvimento de atitudes positivas face à aprendizagem e à escola; e a construção da sua identidade cultural, o seu conhecimento do real, o apreço pela diversidade do mundo.

Apesar de aqui e além se poder entrever uma teoria implícita da infância compreendida na sua dimensão deficitária, pode dizer-se que o modelo dominante parece ser o da capacitação e autonomização progressivas em ordem à plena cidadania (Pinto e Pereira, 1998).

No entanto, as opiniões acerca das consequências do programa nem sempre são unânimes. Cook (1991) por exemplo, refere que o objectivo de *A Rua Sésamo* para atenuar as assimetrias socioculturais ficou bastante aquém das expectativas. Chalvon (*et al*, 1991, cit. por

⁸⁰ A este respeito, os autores referem que os pressupostos do programa *A Rua Sésamo* se inscrevem numa rica e diversificada corrente de investigação em ciências da comunicação a que se tem chamado paradigma dos efeitos. Ao contrário, porém, de versões simplistas deste paradigma, excessivamente mediocêntricas e assentes num modelo comunicacional unidireccional (Pinto e Pereira, 1998:6).

Ponte, 1998) chama a atenção para o facto de o programa ter um *excesso de* lado bonito da vida, marcado pela ausência de conflitos, dramas e problemas e de uma má compreensão do fosso social que separa crianças de diferentes meios sociais.

Outros autores fazem referência ainda a questões políticas, pois se Chalvon (*et al*, 1991) refere que a Rua Sésamo tinha a intenção de transmitir mensagens ideológicas norte-americanas, referindo a presença de um excesso de informação e uma “apresentação segundo os cânones de ritmo dos programas desse país”, Silva (1993, cit. por Carneiro, 2008) afirma que, “apesar do sucesso em integrar diversão e educação, a Rua Sésamo foi hostilizada como *agente do imperialismo* pela esquerda latino-americana, nas décadas de 60 e 70”. A opinião de estes autores é partilhada por Pinto e Pereira (1998:8) nos seus estudos, reforçando a “tonalidade tão positiva e frequentemente *cor-de-rosa* das personagens e das peripécias”, na representação ficcionada da vida da rua ou do bairro, acrescentando ainda a problemática decorrente do facto de “praticamente não morarem crianças na *Rua Sésamo*”.

Outros autores foram ainda mais longe e referiram que este programa tinha como possível objectivo preparar as crianças para uma sociedade de consumo, socializando-as num ritmo e a um formato próprio da publicidade, visto, como foi atrás referido, o seu formato ter utilizado por unidades curtas e vivas, semelhante aos blocos publicitários (Pinto, 2000).

Ficam, no entanto, as ideias unânimes de que, por um lado, o programa fomentou uma mudança de atitudes da sociedade face à TV e, por outro, contribuiu para uma afirmação das potencialidades de programas educativos que interessam às crianças, combinando, preocupações educativas, de linguagem televisiva e de investigação psico-pedagógica (*idem*:8).

Actualmente, um ano depois das comemorações do 40º aniversário, podemos observar que *A Rua Sésamo* tem chegado às casas das crianças através das novas tecnologias, utilizando novas plataformas, através dos “novos media” (Colombo, 2000 cit. por Cardoso *et al*, 2009:61) como por exemplo a internet⁸¹.

O principal motor assenta na *Sesame Workshop* e de instrumentos como os *audiobooks*, uma ferramenta que permitiu já a reedição de várias das histórias protagonizadas pelos personagens, existindo já vários títulos editados, possuindo já na iTunes - da Apple várias

⁸¹ Cardoso *et al* (2009:61, citando Cardoso, 2006), avançam uma teoria que defende que o sistema dos *media* se articula cada vez mais em torno de duas redes principais que, por sua vez, se comunicam entre si (essas redes constituem-se respectivamente em torno da televisão e da internet).

temporadas do programa de televisão, dezenas de canções e alguns filmes disponíveis, prevendo-se a elaboração de uma biblioteca de mais de 100 títulos para o corrente ano.

Este facto é, de acordo com Scott Chambers, vice-presidente do sector de distribuição Mundial da *Sesame Workshop*, bastante importante, levando-o a referir que o objectivo é usar tecnologia que permita trazer às crianças de volta o fascínio pela leitura e reforçar a missão da instituição em oferecer às crianças material educativo atractivo, tendo sempre por base “a potencialização de hábitos saudáveis, força emocional, desenvolvimento intelectual e capacidade crítica”.

Por todas as ideias anteriormente enumeradas podemos concluir este capítulo com uma ideia de Carneiro (2008), que sublinha o poder educativo da Rua Sésamo, afirmando que este programa foi capaz de se tornar uma referência cultural mundializada de série educativa de televisão, sendo que ainda hoje os seus princípios são observados e servem de inspiração a produtores e realizadores de programas educativos.

5. A relação entre a Televisão e as Instituições Educativas

5.1. Televisão e professores – uma relação de reciprocidade ou antagonismo?

“(…) Já no Fedro, de Platão nos é proporcionado o alerta para o empobrecimento que a invenção da escrita representaria para a humanidade, ao deslocar para fora das pessoas um saber que, até então, era cultivado dentro delas, através da memória”

(Pinto, 2002:5)

No ano de 1997, Hervé Bouges, presidiu o fórum internacional de Paris, um encontro que reuniu mais de 200 investigadores, de 60 países diferentes, para a discussão de questões que se baseavam na relação entre os jovens e os *media*. Nesse encontro, assumiu-se que “a escola e a universidade falharam o seu primeiro encontro da formação dos jovens com a comunicação de massas (...) sendo que a televisão nem sempre fez o melhor uso do seu formidável poder de difusão” (Ponte, 1998:75). Por outro lado, Hervé colocou a fulcral questão: “com o desenvolvimento dos programas interactivos e do multimédia, com os primeiros êxitos dos canais educativos e do conhecimento, pelo mundo fora uma nova oportunidade vai ser dada ao pequeno ecrã (...) será que a vai conseguir aproveitar?”

Esta é uma das principais questões que serve de base a este capítulo, a possibilidade de aproveitar o colossal poder difusor da televisão para a transmissão de conhecimento. Para podermos descobrir o cariz educativo da televisão temos que ir à origem da questão e fazer uma pequena viagem pelas teorias de *didáctica tecnológica*.

O mundo da tecnologia educativa, da qual a televisão faz parte assenta numa tríade de estruturas com uma organização específica, tendo os estudos de Blanco e Silva (1993) feito referência a esta organização e, citando as ideias de Blásquez (1985), mostram-nos como funciona todo este processo (fig. 19).

A relação entre a televisão e a escola tem sido estudada por vários autores, existindo dois pontos essenciais a destacar: o primeiro diz respeito à televisão como uma tecnologia, como um aparelho que poderá ampliar o processo de instrução, nas palavras de Blanco e Silva (1993), uma tecnologia para o ensino em que as técnicas audiovisuais creditam o seu valor por uma apresentação massiva de informação icónica e os aparelhos consideram-se uma ajuda ao

ensino que facilitam e ampliam os processo de instrução - sob esta perspectiva a televisão é, no fundo, uma forma de modernizar as aulas.

O segundo ponto da questão prende-se com a forma como é utilizada a televisão na escola e é sobre esta questão que recai este capítulo.

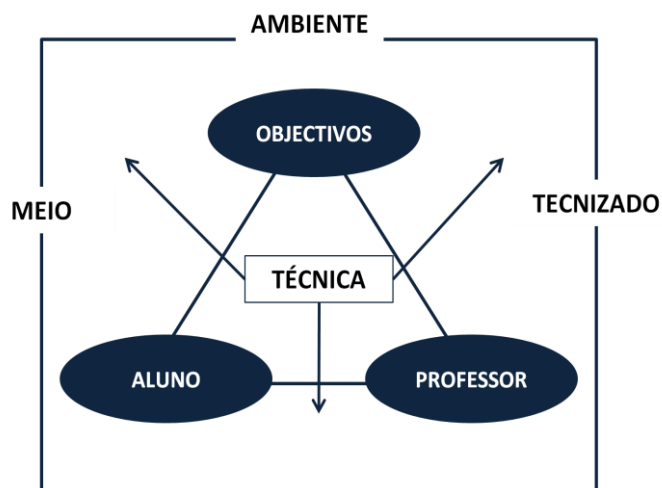


Fig. 19 Esquema organizacional sob o qual assentam as estruturas da tecnologia educativa⁸²

Nos anos 50/60, Himmelweit (1958) e Schramm (1961) procuravam descobrir nos seus estudos uma forma de utilizar a televisão para o ensino de matéria educativa às crianças e adolescentes (*in* Ponte, 1998).

Na década de sessenta, altura em que a televisão começou a ganhar terreno relativamente à escola formal, Porcher (1966) fala-nos pela primeira vez na ideia de a TV funcionar como uma “escola paralela”, apelando nas suas obras a um encontro entre estas duas escolas. Foi sensivelmente nesta década que se começou a perceber que os meios audiovisuais, especialmente a televisão, “poderiam modificar substancialmente o processo ensino-aprendizagem e a relação professor-aluno” (Blanco e Silva, 1993).

Este assunto tem vindo a ser estudado por vários autores ao longo do tempo, Pinto (2000), nos seus trabalhos tenta interpretar a relação entre a TV e os professores, analisando a ideia que a televisão passa acerca dos professores e a imagem que os professores transmitem aos alunos acerca da televisão. Por um lado, este autor refere existir um enorme contraste entre o que é aprendido através da TV e através da escola, por outro, menciona a existência de uma espécie de mensagem oculta em tudo o que as crianças vêem na televisão e que acarreta fortes

⁸² Blanco e Silva (1993).

implicações para a compreensão da relação entre este meio de comunicação e a escola (Pinto, 2000 cit. Cullingford, 1984).

Pinto (2000) faz ainda referência a um estudo (Hodge e Tripp, 1986) quando chama a atenção para o facto de serem poucos os professores que reprimiam de forma explícita a utilização da experiência televisiva dos alunos nas aulas, no entanto, a maior parte deles actua de modo a ilegitimar culturalmente a televisão. Estes autores concluíram também que a maior parte dos programas vistos pelos professores eram diferentes dos que assistiam os seus alunos.

Também Delors (1996) refere a existência de uma relação antagónica entre a escola e a TV. Se, por um lado, a escola acusa a TV de transmitir violência, de explorar os sentimentos, tirando aos alunos tempo ao estudo, à leitura e ao espírito crítico⁸³, os meios de comunicação social acusam a escola de transmitirem saberes desactualizados, com métodos rotineiros de prática pedagógica, levando os alunos ao desinteresse e à desmotivação, abandonando precocemente a escola.

No entanto, existem também alguns autores que apontam a cisão entre os professores e a televisão como uma consequência da relação entre os professores e os alunos, isto é, a forma de a maior parte dos professores organizar a informação é mais sequencial, abstracta e erudita, pelo contrário, os alunos que vêem muita televisão e navegam muito na internet pensam de forma mais “sensorial, concreta, plástica, multimídica, *linkada* e coloquial” (Moran, 2005:98), ou seja, expressam-se com uma intensidade emocional e pouca riqueza verbal erudita, o que faz com que haja um “abismo” a separar as preferências, os interesses, as formas de pensar, de pesquisar e de interagir. As teorias de Carneiro (2005:103) também vão de encontro desta ideia, pois sublinha que a relação juvenil com a televisão alterou e complexificou o processo de socialização.

Este desfasamento tem como consequência o facto de levar os adultos, nomeadamente os professores, a fazer um esforço de modo a agilizar a forma de pensar, de integrar imagens, sons e textos, de organizar *hipertextualmente* a nossa pesquisa e informação, os professores devem aproximar a linguagem à dos alunos, à abordagem deles, às vivências deles, no entanto e

⁸³ Alice Vieira (1997) apresentou um pequeno estudo acerca das crianças e a leitura, em que refere que apesar de a leitura ser, com frequência, apresentada como uma variável dependente do consumo televisivo, com o qual mantém uma correlação de sentido negativo: quanto maior é o consumo televisivo, menor é a prática da leitura, no entanto, este processo não funciona bem assim. Ora, a autora não só se insurge contra “o simplismo do único culpado”, como alarga o leque de factores que, do seu ponto de vista, não podem deixar de ser tidos em consideração: as condições de habitação que não permitem privacidade à criança; a ausência de livros no ambiente doméstico; a ausência de conversa familiar; o pouco hábito de recorrer a bibliotecas; a associação do livro à escola e à ideia de obrigação (Pinto e Pereira, 1998:7).

de acordo com o autor anterior, existirão sempre enormes diferenças de percepção e de expressão.

A verdade é que hoje em dia já se ultrapassou a teoria do modelo mecânico do ensino em que o aluno, como receptor, (ao qual Carneiro, 2005, recorda as teorias iluministas, do aluno como uma *tábua rasa*) ficava restrito a reagir às mensagens transmitidas pelo emissor, o professor. Independentemente dos efeitos da televisão, actualmente sabe-se que o receptor é um sujeito activo, que interpreta imagens, experiências e valores segundo a sua visão do mundo, interpretação essa, que não se cinge apenas aos momentos em que o receptor assiste aos programas mas se prolonga no quotidiano. Apesar de alguns autores referirem que os currículos escolares tentam ignorar que fora da sala de aula as crianças aprendem bastante sobre o mundo, pois a informação que os *media*, nomeadamente a televisão, proporcionam é abundante.

Contudo, não se pode esquecer que a televisão não substitui o professor, mas apenas funciona como uma ferramenta auxiliar à sala de aula. Podemos apontar como exemplo o facto de no site do já anteriormente referido canal educativo brasileiro *TV Escola* estar expressamente supracitado que “a TV Escola é uma política pública em si, com o objetivo de subsidiar a escola e não substituí-la (...) em hipótese alguma, substitui também o professor (...) a TV Escola não vai *dar aula*, ela é uma ferramenta pedagógica disponível ao professor: seja para complementar sua própria formação, seja para ser utilizada em suas práticas de ensino”.

Por tudo isto, um aspecto que não podemos descurar é o facto de a escola precisar de observar o que está a acontecer nos meios de comunicação e mostrar isso na sala de aula, os professores têm de discutir tudo com os alunos, ajudando-os a que percebam os aspectos positivos e negativos das abordagens sobre cada assunto. Os professores têm de “fazer (re)leituras de alguns programas em cada área do conhecimento, partindo da visão que os alunos têm e ajudá-los a avançar de forma suave, sem imposições nem maniqueísmos” (Moran, 2005:98). Por outras palavras, a escola tem de “repassar” a informação, de preparar jovens para consumir com selectividade e criatividade a televisão.

5.2. As possibilidades de aproveitamento da televisão para a prática docente

“(...) torna-se importante que as instituições educativas procurem compreender a presença dos media na vida das crianças (...) sempre que possível, ouvindo-as (...) ”

(Pereira, 2001)

A Comissão Internacional sobre Educação aconselha o sistema escolar e universitário a utilizarem os *media* e a TV para veicular os seus próprios objectivos, elaborando programas educativos, como já se faz no Japão, onde 90% das escolas utilizam a TV como instrumento pedagógico (Delors, 1996). Referindo ainda que é mesmo uma responsabilidade que a escola passa a ter em relação aos *media*, uma vez que os estudantes lhes dedicam muitas horas por dia (cerca de 1200 horas por ano na Europa ocidental, e cerca de 2400 horas nos EUA). No entanto, as mesmas crianças passam apenas perto de 1000 horas/ano nas escolas.

No que diz respeito a Portugal, falamos de um país onde a TV constitui uma fonte privilegiada de aprendizagens e de contacto com o mundo. Falamos de um país em que no ano de 2007, 99,3% dos lares portugueses tinha já, pelo menos, uma TV (sendo a média de 97% nos países da União Europeia)⁸⁴.

Falamos de um país em que no ano de 2008 cada português viu, em média, por dia, em sua casa, 3h35m de televisão⁸⁵ (segundo dados do Observatório Europeu do Audiovisual).

Mas como se comportarão estes números no segmento mais jovem?

Antes de mais, ressalta à vista um estudo de Carrilho (2004)⁸⁶ apresentado ao público na imprensa⁸⁷, que refere que as crianças e jovens portugueses com idades entre os 10 e os 16 anos passam uma média diária de 4,5 horas em frente da televisão, um valor que aos fins-de-semana sobe para as 7,5 horas por dia. Este estudo evidenciou um tempo médio de visionamento cerca de 80 minutos acima das 3,2 horas indicadas no relatório do Eurostat de 2001 como a média portuguesa para a população em geral.

⁸⁴ Dados referentes a Portugal segundo a Marktest Audimetria/ *MediaMonitor* e dados referentes à União Europeia segundo a Directorate, General Communication) (Pereira *et al*, 2009).

⁸⁵ Dados relativos ao ano de 2008, segundo os dados da Marktest Audimetria/ *MediaMonitor* (Pereira *et al* 2009).

⁸⁶ Referente ao estudo *A Criança e a Televisão - Contributos para o Estudo da Recepção* (apresentado em Outubro pela investigadora Sónia Carrilho como tese de mestrado na Universidade Católica de Lisboa). A autora analisou, através de questionários feitos em 2004, os hábitos televisivos de 1093 alunos do 5.º ao 9.º anos de três escolas da região de Lisboa, correspondentes a estratos socioeconómicos distintos o Externato de São José, a Escola Secundária Paula Vicente e a Escola Secundária da Pontinha.

⁸⁷ Artigo “Crianças e Jovens vêem televisão em excesso” de João Pedro Pereira, publicada na edição de 05 de Janeiro de 2006 do Diário de Notícias. Disponível em http://dn.sapo.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=633525.

Outro dado interessante revelado pelo estudo foi o facto de revelar que a maioria das crianças escolhe os programas sem intervenção dos pais, não havendo acompanhamento e de que as crianças e jovens têm a percepção de que vêem muita televisão.

Ainda neste âmbito é de destacar a escolha da televisão como a principal fonte de informação sobre a actualidade mundial (78%) pelos alunos, enquanto a escola fica apenas em segundo lugar (39,9%)⁸⁸.

Outro estudo, apresentado por Pereira *et al* (2009), referente a um período posterior (ano de 2008) e abrangendo uma faixa etária mais larga, dita-nos números um pouco diferentes, salientando que o segmento mais jovem (dos 4 aos 14 anos de idade) viu cerca de 2,52 horas de televisão por dia, salientando ainda uma diferença de mais 7,7% que no ano anterior.

É óbvio que é impossível chegar a números concretos, no entanto podemos concluir que a televisão é, sem dúvida, o meio de comunicação social mais utilizado em Portugal, acedendo, como os números indicam, a quase todos os lares nacionais. Este facto leva-nos a debruçar sobre outra e pertinente questão: visto o número de crianças e jovens que vêem diariamente televisão ser tão elevado, será necessário educar para os *media*?

Carrilho (2004) defende a necessidade das escolas apostarem na educação para os *media* e através dos *media*, referindo mesmo que os professores deveriam ter uma formação específica, baseada no facto de que apenas 1,3% dos inquiridos do seu estudo afirmaram que a televisão era usada "muitas vezes" na sala de aula e 33% dos alunos revelarem que os seus professores "nunca" a utilizaram.

Também importantes são as ideias salientadas por Silva (2005, cit. Adorno 1995) chamando a atenção, neste âmbito, para o papel dos professores e educadores diante da televisão, referindo que o papel é o de ensinar os alunos a verem televisão, possibilitando-lhes instrumentos de *críticidade*, programações de relevância, reflexões sobre o assistido na instituição e em casa. Este autor salienta ainda que o ensino acerca desses veículos de comunicação de massa não deveria consistir apenas em aprender a escolher o que é certo, e na apreensão do mesmo por meio de categorias, mas, desde o início, este ensino deveria

⁸⁸ No estudo referido, a televisão foi apontada por 78% dos alunos como principal fonte de informação referente a questões de âmbito internacional. A escola surge em segundo lugar, com 39,9%, seguida dos jornais, onde 30,7% dos inquiridos disseram obter a maioria da informação. No fim da lista estão os livros, indicados como primeira opção por apenas 17,2% dos alunos (Carrilho, 2004).

desenvolver aptidões críticas, conduzir as pessoas, por exemplo, à capacidade de desmascarar ideologias, protegê-las ante identificações falsas e problemáticas e de propagandas erradas.

Estas ideias levaram algumas escolas a adoptar medidas com o objectivo de tentar controlar o impacto negativo da televisão. A escola Básica Damião de Odemira, por exemplo, criou uma série de medidas que tentavam atenuar o elevado número de horas de exposição dos jovens à televisão e o não acompanhamento correcto por parte dos pais aos programados assistidos. Afirmando que esses hábitos podem levar os jovens e crianças a ter comportamentos mais perigosos ou violentos, bem como influenciar bastante a forma como os jovens se comportam no seu dia-a-dia, defendem, acima de tudo, uma mudança e melhoramento nos conteúdos da televisão portuguesa.

No seu documento⁸⁹ chamam a atenção para o facto da violência emitida e dos comportamentos demonstrados na televisão serem libertadores, levando a que os jovens exponham as suas frustrações imitando o que assistem. Como principais medidas, salientam um maior acompanhamento por parte dos pais, a existência de actividades extra-curriculares como alternativa e substituição da televisão e a formação de um departamento especializado, junto das estações, que tenham como função rever todos os programas e filmes antes de saírem para o ar, evitando assim partes com maior violência.

Mas a verdade é que é possível aprender através da televisão, devendo a aprendizagem ter logicamente um sentido bastante amplo. Assim alguns autores, como Berros (2005) defendem que nalgumas matérias, como por exemplo a sexualidade (que na nossa cultura assume um “comportamiento privado y no expuesto a los niños por parte de los adultos”), a

⁸⁹ O impacto da televisão nos jovens não tem de ser obrigatoriamente um impacto negativo, a televisão pode ser um meio de ensino e de difusão de informação importante na educação da população geral, isto se forem tomadas certas medidas (...) as horas de exposição dos jovens à televisão e o não acompanhamento correcto por parte dos pais pode levar as crianças a ter comportamentos mais perigosos ou violentos (...) o facto da violência emitida e dos comportamentos demonstrados na televisão serem libertadores, leva a que os jovens exponham as suas frustrações imitando o que assistem. A televisão não deve invadir as nossas casas de uma forma permanente, não deve ser vista como uma rotina, mas só como uma distração. (...) o facto da televisão se ter tornado um bem essencial para os jovens, leva à desistência de outras actividades, como desporto ou actividades artísticas, afectando capacidades de comunicação e levando a uma vida sedentária. Existem alguns programas na televisão que influenciam a mente dos jovens, levando-os a pensar que estão doentes, como é no caso da Hipocondria. Medidas: 1. Os pais deveriam explicar às crianças as situações erradas e como devem agir. Para uma correcta informação por parte dos pais propomos a distribuição de informação que seja mais detalhada aos pais; 2. Na escola deveriam ser propostas outras actividades extras curriculares, que abrangessem um largo número de tipos de diferentes actividades, para que a assistência de televisão fosse vista como apenas outra distração, para que os jovens tivessem outras formas de se divertirem sem a presença do ecrã, que melhorasse o seu bem-estar físico e o seu relacionamento com os outros; 3. Formação de um departamento especializado, junto das estações, que tenham como função rever todos os programas e filmes antes de saírem para o ar, evitando assim partes com maior violência e com um elevado número de cenas que podem ferir a susceptibilidade dos jovens (Escola Básica Damião de Odemira, *O Impacto da Televisão junto dos Jovens*, 2007).

televisão é um dos principais meios que permite às crianças e adolescentes adquirir informação que de outra forma não poderiam obter (Gagnon e Simon, 1987, cit. por Berros (2005:39).

Neste caso, a televisão não é apenas uma base de conhecimentos, mas será também uma fonte de “crenças, atitudes e valores” que as crianças construirão a partir das imagens (Kelley et al, 1999, cit. por Berros, 2005:39), ou seja, para a televisão servir como fonte de educação sexual esta tem de se basear em dois componentes: o sexo enquanto actividade e, ao mesmo tempo, o sexo enquanto médio de expressão de afectividade entre pessoas (resta apenas esperar que ambas estas vertentes apareçam representadas nas cenas sexuais transmitidas, o que nem sempre acontece).

A análise do conteúdo televisivo realizada nas últimas três décadas mostra-nos que a televisão apresenta na maior parte das vezes o sexo de forma banalizada, bem como os valores relacionais distorcidos. Em primeiro lugar, porque nunca aparecem no ecrã as causas e as consequências dos actos sexuais, mostrando-nos apenas uma concepção em que quase nunca se faz referências aos métodos de contracepção. Aliás, um estudo de Harris & Associates de 1986 (cit. por Berros, 2005:40) mostra que em cada 14000 referências sexuais vistas anualmente por cada jovem americano apenas cerca de 150 fazem alusão a aspectos preventivos, profilácticos ou de responsabilidade.

Em segundo lugar, porque muitas vezes, as imagens que passam inspiram-se na falta de ética, má conduta das pessoas e teorias erradas, segundo Casciani (2010) o que acontece muitas vezes é que “this drip-drip exposure was distorting young people’s perceptions of themselves, encouraging boys to become fixated on being macho and dominant, while girls in turn presented themselves as sexually available and permissive” ou “the images we consume them are lending credence to the idea that women are there to be used and that men are there to use them”⁹⁰.

Cabe então aos pais, professores e educadores equilibrar a balança e esclarecer as dúvidas prevalecentes que a televisão não clarifica. Assim, podemos afirmar que a televisão pode funcionar como uma base de dados de conteúdos, no entanto estes têm de ser adequadamente explorados por parte dos pais e professores, de modo a que a interpretação que as crianças e os jovens têm da televisão seja digna e correcta. Existem autores que defendem que os pais têm de mesmo de assumir o controlo e ser mais restritivos, “parents need to be stepping in and taking control, they need to be imposing good boundaries, they need to know

⁹⁰ Esta referência corresponde a um artigo de Dominic Casciani, publicado na revista Times no dia 26 de Fevereiro de 2010 e disponível em http://news.co.uk/2/hi/uk_news8537734.stm.

that their children are watching (...) to broaden young people's beliefs about where their values lie" (Casciani, 2010), de modo a que se desmistifiquem determinadas crenças e se esclareçam os conteúdos.

Para além dos exemplos já enumerados, um dos problemas mais referidos pelos autores é relativamente à transmissão de imagens relacionadas com o álcool pela televisão. Estudos comprovam que nos Estados Unidos da América, quase 100% dos filmes e cerca de 75% das séries dramáticas transmitem referências ao álcool (Wallack *et al*, 1990 cit. por Berros, 2005:43), já para não falar da publicidade. Devemos ter em conta que muitas imagens, principalmente as presentes nos *spots* publicitários, em que aparecem quase sempre pessoas a beber, podem realmente estimular o consumo do álcool. Contudo, e de acordo com a forma como são apresentadas, podem também contribuir para a redução deste. Sobell (*et al*, 1993) apresentam-nos um estudo que mostra que determinadas apresentações televisivas podem fazer com que se modifiquem determinados comportamentos, isto se o tema do álcool for apresentado aos jovens de forma a colocar em evidência que mais vale evitar o seu consumo do que consumir. (Berros, 2005:43) concorda com os autores anteriores, referindo que "las intenciones de los chicos de consumir alcohol podían predecirse a partir de sus interpretaciones de los mensajes televisivos, las conductas en casa con relación al alcohol, sus deseos de ser como los personajes que bebían y, por último, las expectativas de que beber aporta recompensa".

Por tudo isto, a escola deve aproveitar os meios de comunicação para entrar no mundo da criança e, desta forma, tornar o ensino mais atractivo. Levar o aluno a compreender a linguagem televisiva aumentará a qualidade da sua recepção e do seu conhecimento sobre ela. Os temas que são abordados em cada programa, quando explicados, são uma excelente oportunidade para lhes apresentar o mundo e discutir valores, tratando-se de uma possibilidade de trabalho educativo sério na sala de aula e não apenas de diversão (Magalhães, 2007). Pois "a escola é o lugar mais capaz de influenciar o modo como as crianças vêem televisão" (Pereira, 2003, cit. Patrícia Greenfield).

5.3. A necessidade de Educar para os *Media*.

“A educação para os Media constitui parte da preocupação básica de todo o cidadão, em qualquer país do mundo, em ordem à liberdade de expressa, ao direito de informação e representa um suporte na construção e sustento da vida democrática”
(UNESCO, 1999)

Nesta parte do trabalho será analisada a necessidade da escola alfabetizar para os *media*, factor importante pois vivemos numa sociedade marcada pela informação em que a “digitalização da imagem vai consolidar um novo tipo de escrita, tão importante como foi a escrita alfabética para a linguagem verbal” (Tornero, 2007). Por isso temos de ter em conta que os *media*, nomeadamente a TV, são um importante veículo de educação não formal.

Tornero (2007) afirma que a educação para os *media* não se deve limitar a uma *tele-alfabetização* de um conjunto de programas e personagens, mas sim abarcar “a capacidade de analisar criticamente os *media* e de se exprimir e produzir mensagens com eles”. Não basta educar “sobre”, mas também “nos” *media*. Há um apelo à não passividade, o espectador passa a actor, numa utilização criativa, num envolvimento – comprometido e consciente - na transformação social.

Silva (2005) refere a este respeito, que é a partir destes princípios que a televisão pode realizar sua função formativa. O levantamento das contradições inerentes às programações televisivas e aos produtos culturais comercializados pelos meios de comunicação, o esclarecimento sobre a cultura produzida para as massas (cultura de massa), o acesso à cultura popular e erudita como produtos históricos construídos pelas relações humanas, bem como a valorização das produções culturais de grupos infantis, são formas de intervenção que contribuem de maneira relevante para uma pedagogia democrática e de qualidade.

Não podemos esquecer que a TV digital poderá sempre funcionar como um repositório, onde se pode aceder aos conteúdos formais, permitindo um aproveitamento das sinergias educativas, em que o aluno poderá ser interactivo e escrever mensagens, decidir qual o ritmo de trabalho ou o nível de aprofundamento das informações. O aluno poderá, verdadeiramente, ser o construtor das suas aprendizagens, tendo apoio didáctico de diferentes conteúdos e níveis educativos, uma vez que a TV oferece suporte audiovisual, permitindo a diversificação de estratégias (Tornero, 2007).

Estes aspectos são mais visíveis se nos debruçarmos sobre o cariz educativo da televisão digital. De acordo com Neves (2005:90), a televisão digital poderá trazer “inúmeras e riquíssimas oportunidades educacionais”, podendo oferecer ao professor uma espécie de videoteca, onde cada programa está armazenado, não só na íntegra, mas em diversos fragmentos, permitindo ao professor ir directamente a uma determinada cena, sem necessidade de acelerar ou retroceder (como hoje se faz na maior parte dos DVDs). Por outro lado, e como já foi referido atrás, é sempre possível ao professor obter informação acerca dos programas desejados, ver e gravar apenas o que lhe interessa, ficando os programas armazenados na *set top box*⁹¹.

Ainda neste âmbito, salienta-se o facto de se “poderem juntar facilmente, através de pequenas montagens, vídeos disponibilizados pelas estações televisivas com filmes gravados na própria escola”, incluindo faixas sonoras produzidas pelos próprios alunos ou artistas locais Neves (2005:90). Moran (2005:98) sublinha as ideias anteriores salientando o facto de a televisão poder ser, não apenas uma tecnologia de apoio às aulas, mas “*mídias*, meios de comunicação, onde podemos analisá-las, dominar as suas linguagens, produzir e divulgar o que fazemos”.

Mas o que é *educar para os Media*? Porque é que é necessário?

A educação para os *media* assenta nas teorias e práticas que visam “desenvolver a consciência crítica e a capacidade de iniciativa” face aos meios de comunicação social (Pereira, 2003). A mesma autora refere que se “trata de uma educação/formação que visa contribuir para um uso crítico e criativo dos *media*, em que o objectivo não é apenas o desenvolvimento da consciência crítica mas igualmente da *autonomia crítica* dos sujeitos (Pereira, 2003, cit. Len Materman, 1998).

A mesma ideia é defendida por Neves (2005:90), quando refere que o grande valor educacional da televisão digital assenta no facto de esta valorizar a autoria e favorecer o

⁹¹ Neves (2005:90) exemplifica esta característica da televisão digital com a seguinte analogia: “imagine uma tangerina, você pode comê-la inteira ou pode querer comer apenas alguns gomos. Cada gomo é um objecto, podemos colocá-lo numa salada, num sumo, sobremesa ou podemos guardá-lo para comer mais tarde”. Esta autora apresenta-nos assim o conceito de *disponibilização*, que se baseia no facto de podermos visualizar vídeos à hora que quisermos pois estes encontram-se armazenados na *box*.

exercício da *autonomia*. Este valor educacional e humano só é possível, logicamente se a escola assumir a sua tarefa de educar para o uso dos *media*.⁹²

Por outro lado, não podemos esquecer que a educação para os *media* envolve ainda a compreensão dos *media* como uma realidade socialmente construída, isto é, a compreensão de que o trabalho dos *media* é, por natureza, um trabalho de construção, de representação, de selecção, de hierarquização ou seja, de construção social (Pereira, 2003).

No âmbito desta dissertação, foi efectuada uma entrevista à Doutora Laura Maria Coutinho⁹³, que vê a televisão como “um grande programa estético-político-audiovisual e uma grande e caótica narrativa”, achando por isso mesmo que “o que melhor resulta em uma educação audiovisual, ou para os media, é entender a natureza da linguagem, como ela se constitui com espetáculo produtor de memória pessoal e coletiva”, lembrando que “para o bem ou para o mal a televisão sempre atua fortemente”.

Mas a necessidade de educar para os *media* prende-se ainda com cinco aspectos essenciais, enumerados por Pereira (2005):

⁹² Para os agentes educacionais conseguirem utilizar a televisão educacional para “promover a autonomia dos alunos”, são necessários, de acordo com Neves (1998:90) laboratórios que incluam equipamentos, hardware e softwares capazes de permitir a captação de som e imagens, bem como o desenvolvimento de produções personalizadas. Um segundo ponto é a construção de novos referenciais de financiamento para laboratórios, produções e capacitações, uma vez que esses processos passam a ser multimédia. E o último ponto, salienta que é necessário sensibilizar outros sectores do poder público e a iniciativa privada para que considerem educação como um compromisso de Estado e da sociedade em geral.

⁹³ Laura Maria Coutinho é Professora na Faculdade de Educação da Universidade de Brasília, Doutora em Educação, Conhecimento, Linguagem e Arte pela UNICAMP, Mestre em Educação pela UnB, graduada em Audiovisual: Cinema, Televisão e Rádio pela FAC/UnB. A autora é ainda investigadora do Programa de Pós-graduação da FE/UnB e do Laboratório de Estudos Audiovisuais - Olho, da FE/UNICAMP.

QUADRO III

1. Consumo dos <i>media</i>	Está relacionado com a “quantidade de tempo”, com os modos como as crianças vêem televisão e com as formas e sentido que atribuem ao que é difundido pelos <i>media</i> .
2. Objectivos da Educação de Infância e Orientações Curriculares	<p>Apesar do facto de a Lei de bases do Sistema Educativo (LBSE) não contemplar nenhuma referência directa à educação para os <i>media</i>, as suas medidas (...) deixam uma porta aberta a essa conjuntura.</p> <p>Por outro lado, no que diz respeito às Orientações Curriculares para a Educação Pré-Escolar a educação para os <i>media</i> aparece na Área da Expressão e Comunicação, embora se reconheça que seja também uma das vertentes da formação pessoal e Social e do Conhecimento do Mundo.</p>
3. Articulação Famílias/Educação Pré-Escolar	Porque o meio familiar é simultaneamente o primeiro contexto de aprendizagem que a criança experimenta e o meio em que a criança vê televisão. Os pais podem fornecer ao educador dados acerca dos hábitos televisivos das crianças e o educador pode sensibilizar os pais para a importância de orientar a actividade dos filhos.
4. Aprendizagem Centrada na Criança e nas suas Motivações	A Motivação é outro ponto importante a considerar, pois é uma das principais chaves para a aprendizagem e para o desenvolvimento. Pois se as aprendizagens surgem das experiências e das vivências das crianças, a televisão pode ser um óptimo meio para estimular e motivar as mesmas, assumindo-se como um importante ponto de partida onde assenta a educação para os <i>media</i> .
5. Educar para a cidadania	Neste sentido, a educação para os <i>media</i> também pode ser meio caminho andado para a educação para a cidadania, pois poderá contribuir para a promoção do respeito pela diversidade de opiniões.

No contexto de educação para os *media* os pais têm o dever de contextualizar as crianças e os *media*, pois o meio “geográfico e o contexto familiar em que a criança vive, a idade, o sexo, o seu nível de desenvolvimento cognitivo, afectivo e social, as próprias características dos programas televisivos, constituem importantes filtros na relação que a crianças estabelece com o pequeno ecrã” (Pereira, 2003). As crianças, que Pereira (2003, cit. Dorr, 1986) denominou de *audiência especial*, possuem ainda, nas palavras da autora, “um mundo incompleto de conhecimentos que afecta a compreensão dos conteúdos televisivos”,

devendo por isso ser objecto de acompanhamento familiar quando visionam os conteúdos televisivos.

Outro e importante aspecto é o facto de vários estudos (Cardoso *et al*, 2009) apontarem para o facto de as crianças tenderem a seguir os gostos e o estilo televisivo dos adultos, nomeadamente dos pais, não só no que diz respeito aos programas e qualidade televisiva mas também ao tempo que estas dedicam a ver televisão.

Aliás o que se observa muitas vezes é que surgem pontos de “tensão familiar” no que respeita à autonomia das crianças e principalmente, os adolescentes. Num estudo realizado por Cardoso *et al* (2009) concluiu-se que os jovens tendem a assumir o controlo sobre o que se vê na televisão.⁹⁴

Neste contexto surge a necessidade de fazer referência às principais causas que levam as crianças e os adolescentes a ter situações e conflitos com os respectivos pais, sendo que os principais motivos se encontram representados na figura 20.

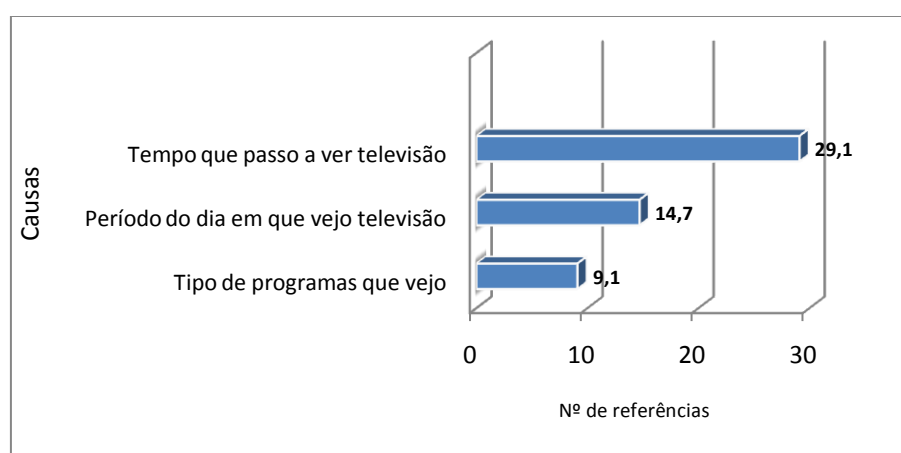


Fig. 20 Causas que levaram a discussões (com os pais)⁹⁵

Como foi atrás referido, a socialização, que se baseia num processo contínuo ao longo de toda a nossa vida, marcada por uma aprendizagem pessoal acerca de “su cultura, adquire valores, creencias, normas sociais, pautas de comportamento” (Berros, 2005:25), que tradicionalmente era consumada pelos pais, hoje é realizada pela televisão, levando-nos a reforçar novamente a necessidade de educar para os *media*.

⁹⁴ No estudo apresentado pelos autores destaca-se que 58,9% dos jovens inquiridos declarou assumir o controlo sobre o que a família vê na televisão, sendo que ao controlo dos próprios apenas se sobrepunha o controlo paternal, com 65,3% e o maternal, com 58,3% (Cardoso *et al*, 2009:197).

⁹⁵ Cardoso *et al* (2009).

Pereira (2003) apresenta-nos, no seu vasto leque de estudos, algumas acções que possibilitam desenvolver e estimular o conhecimento e compreensão dos meios de comunicação nas crianças, ou seja, educar para os *media*, “para além de compreender os meios, analisá-los e produzi-los, considera-se que as crianças podem (...) aproveitar não só a televisão, mas também outros meios com que se relacionam diariamente (...)”, através, por exemplo da análise e interpretação crítica de um programa infantil ou de artigos e mensagens de revistas e jornais, ou através da expressão de ideias e conceitos de textos e artigos, através da elaboração de jornais impressos ou de parede, através da análise de segmentos de programas gravados promovendo conversas em grupo e “situações de *role-playing*, num ambiente que possibilite aos mais novos partilhar com outros as suas vivências solitárias frente ao ecrã” (Pereira, 2001).

Estes aspectos são bastante importantes para percebermos como os professores, pais e educadores podem dotar o simples interesse das crianças pela televisão, num interesse capaz de analisar, de interpretar e de criticar. Neste sentido surge-nos outra questão pertinente: como estimular o espírito crítico e promover uma educação activa dos *media* nas faixas etárias mais reduzidas (na idade do jardim infância)?

A resposta a esta questão assenta na realização de pequenos trabalhos práticos ligados aos meios de comunicação social ou actividades que poderão envolver colagens com imagens de revistas, jornais. O importante é, de acordo com Sara Pereira (2001) ajudar as crianças a desenvolverem atitudes críticas, ensinar-lhes a questionar o que vêem e o que ouvem para que possam ser selectivas, bem como dar-lhes a oportunidade para partilharem os seus pontos de vista, para os confrontarem com os dos outros e para esclarecerem dúvidas.

Ainda relativamente a este assunto, (Berros, 2005:36) considerou que por vezes é necessário o desenvolvimento de estratégias para prevenir determinadas reacções (como o receio ou o medo), nomeadamente nas crianças mais novas, quando estas vêem imagens que lhes causa terror ou medo, porque “hay imágenes que tienen la capacidad de sobresaltar, asustar o preocupar al niño y su presencia en la televisión há aumentado progresivamente en los últimos años”.

De acordo com o Berros (2005:36), o medo que as crianças podem ter pode ser causado por diversos factores:

“1. El miedo engendrado por la apariencia de los personajes y la situación: los niños entre tres y cinco años, siguiendo un estado de dependencia perceptiva, se asustan más por

aquello que parece dar medo, aunque no sea algo de lo que asustarse, que de aquello que parece atractivo però que es peligroso.

2. Realidad y ficción como inductores de miedo: com la edad el niño responde más a los peligros reales y menos a los peligros imaginarios representados en los media.

3. Respuestas a amenazas abstractas: com la edad el niño se assusta por imágenes que conllevan conceptos abstractos”.

Assim, é necessário o desenvolvimento de estratégias para prevenir, reduzir ou evitar as reacções de medo das crianças. Apesar de não haver consenso quanto à sua eficácia, alguns autores definiram algumas estratégias não cognitivas (para as faixas etárias mais novas) e cognitivas (para as faixas seguintes) que poderão ajudar a reduzir o sentimento de medo nas crianças. De destacar que parte das estratégias não cognitivas (aquelas que não implicam processamento verbal e são relativamente automáticas) centram-se na “desensibilização sistemática”, consistindo na exposição progressiva das crianças a imagens ameaçadoras, mas num contexto que não é ameaçador para elas (Wilson e Cantor, 1987, cit. por Berros, 2005:38).

Weiss *et al* (1993) afirmam que num contexto em que a criança esteja com frequência exposta a imagens gráficas assustadoras, se habitua a elas e as suas reacções de medo vão diminuindo gradualmente. Estes autores referem que, do mesmo modo a estratégia poderá funcionar se se derem às crianças, enquanto vêem cenas possíveis de causar medo, objectos com que elas tenham algum vínculo afectivo ou, em alternativa, comendo ou bebendo algo.

Relativamente às estratégias cognitivas, podemos observar que estas utilizam a palavra, nas palavras de Berros (2005:38) “para darle un nuevo sentido al contenido inductor de miedo”. Se as imagens forem de ficção, por exemplo, este autor recomenda a explicação às crianças do carácter irreal da situação. Por outro lado, se as imagens foram realistas, como as que as crianças vêem nos telejornais, a intervenção do adulto dando informações é fundamental na explicação das situações que estas vêem⁹⁶.

⁹⁶ Neste sentido, alguns autores como Peck (1999, cit. por Berros, 2005:38) afirmam que existem diferenças de género, defendendo a ideia de que as imagens de medo atingem mais facilmente as meninas do que os meninos, diferenças que se devem sobretudo a factores socioculturais. Por isso, as estratégias a utilizar também variam de acordo com o género, sendo que para as meninas funcionam melhor estratégias cognitivas.

Termino este ponto com duas ideias essenciais. A primeira decorrente da entrevista realizada a Manuel Dinis Alves:

“Não acho que as crianças devam ser protegidas da televisão, devem é ser acompanhadas pelos progenitores, encarregados de educação e professores num esforço de reelaboração dos conteúdos visionados. Este esforço, essa vigilância é fundamental. Não há é sensibilização para que tal aconteça. Os pais e docentes estão hoje sensibilizados para a prevenção rodoviária, para a preservação ambiental, mas não para a educação para os *media*. Uma das razões prende-se com o facto de a comunidade carecer, ela própria, de ser educada para os *media*, porque não o é.

Se, em relação ao futebol, é lugar-comum dizer-se que somos todos *treinadores de bancada*, em relação aos *media* também nos julgamos todos infalíveis treinadores de sofá. As representações da comunidade em relação à televisão enfermam de vícios graves, que deveriam ser corrigidos, e poderiam sê-lo sem grande dificuldade.”

A segunda consiste numa afirmação de Porcher (1994, cit. por Pereira, 2003) que nos faz reflectir acerca da *educação para os media*:

“(...) ser o desafio mais importante para os anos presentes e futuros que se oferece à instituição educativa. Esta encontra-se confrontada com os *media*, mesmo que não queira, mesmo que não saiba. O seu futuro passa por aí, tendo em conta que os *media* tocam toda a gente desde o nascimento (...) é da responsabilidade da escola, hoje, de distribuir um conhecimento sobre os *media*. Estes fascinam de tal forma as crianças (e os adultos...) que eles estão, doravante, dentro da sala de aulas, mesmo de forma invisível, como um constituinte essencial do capital cultural das crianças.”

É nosso dever, como professores, educadores e pais ensinar as crianças a tornarem-se telespectadores criteriosos de televisão. É nosso dever como investigadores, continuar a perseverar os nossos esforços no sentido de melhor compreender as práticas televisivas e as necessidades interesses dos mais pequenos. No entanto, não podemos esquecer que é dever dos produtores e programadores assumirem o compromisso de encontrar o desafio de oferecer às crianças e jovens uma programação de qualidade.

PARTE II – METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

1. Desenho do Estudo

1.1. Problema e Questões de Partida

“(...) uma coisa são os programas emitidos pela televisão que tem a infância e os jovens como destinatário privilegiado, e outra são os programas pelos quais as crianças e os jovens se interessam, de que gostam, e que efectivamente vêem (...)”
(Pereira, 2003:6)

Existe um conjunto de questões que há muito tempo preocupa vários autores: Quanto tempo devem permanecer as crianças e os jovens diante da televisão? Será que o tempo que passam é em demasia? Que tipo de programas é que vêem?

A segunda parte do trabalho tenta responder a grande parte destas questões, no entanto e antes de avançar para uma vertente mais prática, urge fazer uma breve referência acerca dos problemas de partida e às principais questões de investigação. É neste contexto que se destacam os estudos de Tuckman (2005, cit. por Alves, 2007:88) onde o autor faz referência ao facto de um tema de investigação dever obedecer a vários requisitos, dos quais se destacam:

- *Interesse – se o tema escolhido entusiasma e está relacionado com a carreira e interesses do investigador;*
- *Praticidade – se o tema escolhido está dentro dos limites e constrangimentos que o investigador esteve sujeito;*
- *Amplitude crítica – se existe assunto suficiente sobre o que escrever, se o tema escolhido é suficientemente vasto para dar origem a uma observação;*
- *Valor teórico – se existe uma lacuna nas investigações existentes que possa ser preenchida pela presente investigação;*
- *Valor prático – quando os resultados encontrados pela investigação podem contribuir para melhorar a prática na educação.*

Durante a elaboração deste estudo houve um esforço para que se seguissem todos os requisitos atrás referidos. Em primeiro lugar, o tema escolhido - *A Televisão e os Adolescentes: Preferências e Expectativas face à Programação Educativa* - está profundamente relacionado com a mesma área de investigação, pois como professor, tem procurado conseguir entrelaçar a

pedagogia e o ensino com a utilização de ferramentas relacionadas com as novas tecnologias e instrumentos multimédia.

O facto de o tema ser actual e relevante, dotando-a de um cariz relativamente pragmático ajuda na resposta ao segundo ponto apontado por Tuckman (2005) - a *praticalidade*.

Os dois pontos seguintes (*a amplitude crítica e o valor teórico*) assentam de algum modo no vasto leque de autores investigado, onde se verificou que em Portugal e até à década de 90 os investigadores permaneciam realmente e nas palavras de Manuel Pinto (1995), no “silêncio”. Podemos deste modo dizer que foi mais ou menos há duas décadas que começam a brotar os estudos.

Como pode ser observado ao longo desta dissertação, foram vários os autores portugueses que se debruçaram acerca destas questões, sendo de destacar, de entre muitos, os estudos de Cristina Ponte (1998) com *Televisão para Crianças, o direito à diferença*, de Manuel Pinto (1995) com o estudo da influência da *Televisão no Quotidiano das Crianças* e de Sara Pereira (2004), com o seu conjunto de obras acerca da *Qualidade da Televisão para Crianças em Portugal*.

A nível internacional analisaram-se as teorias de autores como Kubey (1996) e os seus estudos sobre a relação entre a televisão, saúde e psicopatologia, onde se debruça sobre a dependência televisiva das crianças e jovens tendo por base critérios psiquiátricos. Também Signorielli e Lears (1992) analisaram esta questão assentando os seus estudos na influência que a quantidade de tempo que os jovens passa a ver televisão nas suas atitudes e acções. A estes estudos acrescentam-se os de Gibson e Francis (1993), que vieram sublinhar as preferências televisivas dos mais jovens (Berros, 2005:25). Neste percurso, seguiram-se ainda muitos outros estudos, como é o caso de Cool (*et al*, 1994, cit. por Berros, 2005:24), tendo este grupo de investigadores debruçado as suas pesquisas no estudo da influência do rádio e da televisão no rendimento e aptidões intelectuais dos mais jovens. Por fim de realçar ainda Elza Pacheco (2000) com os seus estudos baseados na influência dos programas animados na cultura juvenil. De obrigatório destaque merecem também os estudos de Jesús B. Berros (2005), onde se encontra um esboço acerca das questões que nos mostram o papel da televisão na vida das crianças e dos jovens. Ainda relativamente à amplitude crítica e valor teórico podemos afirmar que existem realmente vários estudos acerca da influência da televisão nas crianças, no entanto, a maior parte foca a qualidade dos programas de televisão, bem como os efeitos psicológicos que esta provoca e a sua influência nas aptidões intelectuais dos mais novos.

Por isso, a principal questão que se coloca nesta parte do trabalho prende-se com as consequências do papel que a televisão tem adoptado em função da educação dos mais novos. Será que as escolhas televisivas dos alunos portugueses se baseiam em programas televisivos educativos? Ou será que os gostos dos alunos não vão para além da massificada panóplia de *programas contentor*⁹⁷ (Lopes e Pereira, 2007:26) transmitidos todos os dias nos canais televisivos?

O *valor prático* da obra assenta na concretização de um estudo acerca da influência da televisão, dando especial destaque aos programas educativos no desenvolvimento das crianças e adolescentes, bem como na interpretação dos hábitos televisivos dessas mesmas faixas etárias, salientando irregularidades e disparidades nas relações entre estes dois elementos e o “consumo” da televisão. Tal será objecto na parte da apresentação e análise dos resultados empíricos da dissertação.

Para além dos objectivos atrás referidos, pretende-se ainda caracterizar, objectiva e concretamente a relação entre o referido “consumo” televisivo e outros hábitos diários de ocupação dos tempos livres, como a leitura, a prática de desporto ou a socialização com os amigos.

Numa tentativa de responder à última questão proposta por Tuckman (2005) “se os resultados encontrados pela investigação podem contribuir para melhorar a prática na educação?” Este trabalho tenta dar um quadro actual da relação entre a televisão (educativa) e os professores/educadores, e as possibilidades de aproveitamento da televisão para a prática docente, bem como da importância da educação para os *media*.

Antes de passarmos para as opções metodológicas desta dissertação, não podemos deixar de chamar a atenção para um facto que poderá influenciar as opções de resposta de vários alunos, ou seja, o facto de a oferta televisiva nacional actual não apresentar uma elevada percentagem de programas educativos e, como foi referido na primeira parte deste trabalho, seguir, na maior parte dos casos, as tendências da concorrência de mercado a que está sujeita.

⁹⁷ Lopes e Pereira (2007:26) consideram os *programas contentor* como o tipo de programação onde imperam “espaços conduzidos e animados por um apresentador, com jogos, concursos, passatempos e breves reportagens a entremear e a interligar os episódios das séries de animação”.

2. Opções Metodológicas do Estudo

A metodologia utilizada na primeira parte do trabalho assentou numa investigação bibliográfica baseada numa revisão da literatura, só possível através da leitura de um vasto leque de obras (das quais se incluem livros científicos, teses de mestrado e doutoramento, revistas científicas, entre outras), com o indispensável objectivo de, por um lado, esclarecer o melhor possível os principais conceitos em causa, de enquadrar o problema a investigar e, ao mesmo tempo responder às várias questões chave que foram surgindo perante o desenvolvimento da obra.

A partir da segunda parte da dissertação, mais empírica, a metodologia foi do tipo survey descritivo e exploratório (Coutinho, 2005), tendo por base a realização e aplicação de um inquérito a jovens alunos e entrevistas a diversos actores (agentes) do universo televisivo português, com o objectivo de obter dados referentes aos padrões comportamentais das crianças e adolescentes, tendo por base a relação destas com a televisão e os programas que vêm com mais frequência.

3. Objectivos da investigação

A presente investigação, tenta desvendar uma série de questões que se prendem com os gostos e critérios que levam os adolescentes a visualizar determinado tipo de programa ou canal. Para além de tentarmos perceber se os jovens deixam de fazer determinadas actividades lúdicas em virtude de utilizarem a televisão como principal meio de entretenimento, tenta-se deslindar se as escolhas televisivas dos alunos recaem, ou não, em programação educativa.

Os objectivos desta dissertação assentam na resposta a cada uma destas questões de partida:

Qual a percentagem de adolescentes que tem TV em casa? E no quarto?

Que actividades realizam os adolescentes nos seus tempos livres? Será que a televisão tem um peso significativo na realização das mesmas?

Que tipo de canais vêem os jovens? E quais serão os programas mais vistos?

Qual a opinião dos adolescentes acerca da qualidade dos programas de televisão actuais?

Será que os jovens vêem programas de televisão educativos?

O que mudariam os jovens na televisão de hoje?

4. População e Amostra

A população do presente estudo abrange os alunos de uma Escola Secundária situada no concelho de Leiria. A escola tem actualmente uma população de 1028 alunos, estando agrupados da seguinte forma⁹⁸:

QUADRO IV
Distribuição do total de alunos

Ano de escolaridade	N.º de turmas	N.º de alunos
10º	14	397
11º	12	302
12º	14	329
TOTAL		1028*
<i>* de destacar o facto de estes alunos frequentarem apenas o ensino normal e diurno</i>		

A amostra em causa engloba a opinião de 177 alunos de turmas do 10º, 11º e 12º anos de escolaridade escolhidos aleatoriamente, o que representa 17% do total de alunos da escola.

Se nos debruçarmos no peso que cada ano de escolaridade dos alunos inquiridos tem no total da amostra (Quadro V) podemos verificar que o maior peso se concentra no 11º ano de escolaridade, com valores correspondentes a 65,53%, segue-se o 10º ano de escolaridade com um peso de 27,68% e por fim o 12º ano de escolaridade cujo valor corresponde a 6,77%.

⁹⁸ Dados cedidos pela Escola Secundária e correspondentes ao ano lectivo 2009/2010.

QUADRO V

Ano de escolaridade dos alunos inquiridos

Ano de escolaridade	N.º de alunos	Peso que o n.º de alunos de cada ano de escolaridade tem na amostra
10º ano de escolaridade	49	27,68%
11º ano de escolaridade	116	65,53%
12º ano de escolaridade	12	6,77%

Avançando na caracterização da amostra, é possível verificar que participou no estudo uma maior fatia de alunos do género feminino, em contrapartida ao masculino, com valores que assentam nos 66% e 34%, respectivamente (fig. 21 e 22).

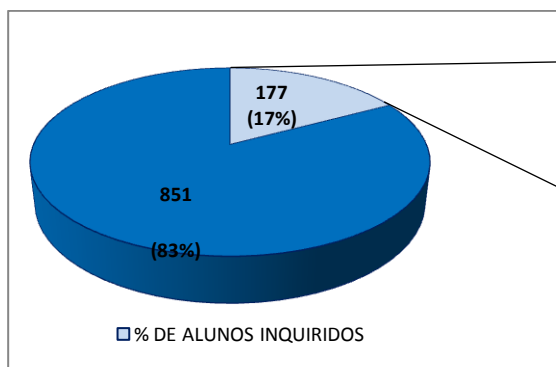


Fig. 21 Peso da percentagem dos alunos inquiridos relativamente ao total de alunos da escola

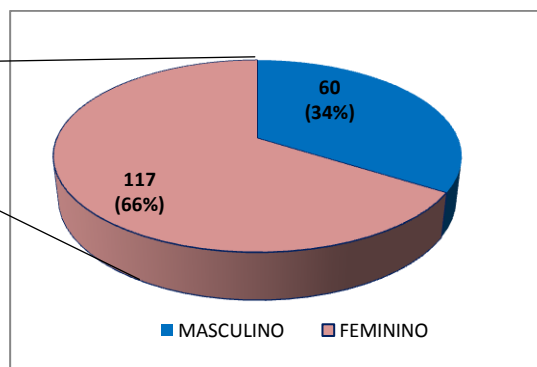


Fig. 22 Género do total dos alunos inquiridos

Outro dos aspectos que interessa realçar, assenta na idade dos participantes da amostra. Essa variável encontra-se presente no Quadro V e mostra o peso da idade dos alunos inquiridos na totalidade da amostra. De acordo com a tabela, podemos observar que a maior parte dos participantes deste estudo tem 16 anos de idade (41,2% da amostra), em segundo lugar temos a faixa dos 17 anos de idade (31%), e no final da tabela estão presentes os grupos dos 15, 18 e 19 anos de idade: com 12,4%, 13%, 1,12% e 1,12%, respectivamente.

QUADRO VI

Idade dos alunos inquiridos relativamente ao total da amostra

Idade	15	16	17	18	19	20
N.º de alunos	22	73	55	23	2	2
Percentagem relativamente ao total da amostra	12,4%	41,24%	31,07%	13%	1,12%	1,12%

5. Instrumentos e Processo de recolha de dados

Este trabalho teve como base a aplicação de inquéritos (ver Anexos). Estes foram elaborados de modo a permitir uma simples e rápida execução por parte dos alunos e de modo a que estes respondessem a uma série de questões chave baseadas nos hábitos e tempos livres diários, e a relação das suas actividades com a visualização de televisão, a leitura, a prática de desporto ou até o estudo. Não podemos descurar o facto de que a televisão assume ao longo de todo o inquérito o principal papel, ramificando-se em questões que se prendem com os canais e programas mais vistos pelos alunos, os que estes mais gostam, os que acham mais importantes, bem acerca do peso que os programas educativos assumem na “consumo” televisivo dos alunos.

O processo de recolha de dados teve várias fases. Primeiramente, foi pedida autorização ao presidente do conselho executivo da escola para a distribuição do inquérito. O primeiro contacto foi feito presencialmente, onde foram dadas a conhecer todas as questões presentes no inquérito através da apresentação de um exemplar. Nessa altura, foram também agendadas as datas e horas específicas para a distribuição dos inquéritos.

Não podemos deixar de referir que os inquéritos foram também analisados pela DGIDC – Direcção Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular (através do processo MIME - Monitorização de Inquéritos em Meio Escolar) que aprovou e autorizou a sua distribuição.

Nos dias marcados os inquéritos foram levados para a escola, e no início das aulas previamente definidas (nos dez minutos iniciais, respectivamente) os inquéritos foram distribuídos e preenchidos pelos alunos das turmas escolhidas anteriormente. Ressalvo que foi explicado aos alunos intervenientes a importância de responder a todas as questões presentes no inquérito, de modo a que este ficasse o mais completo possível.

Após o preenchimento dos inquéritos, estes foram recolhidos, devidamente organizados e tratados.

6. Tratamento dos dados

As respostas dadas por cada um dos alunos ao inquérito foram analisadas, quantitativa e qualitativamente. Depois de detectados possíveis erros de preenchimento, foi feita, por um

lado, uma análise de cada variável isoladamente e de forma descritiva e, por outro, sempre que possível, uma análise bivariada em que se estudaram os resultados de relações entre duas ou mais variáveis. Este tratamento foi feito com o objectivo de se poderem observar uma série de factores, como por exemplo a relação dos alunos (tendo em conta o género e idade) com a visualização de determinado programa ou determinado canal, ou o tempo que os alunos despendem a ver televisão, em detrimento de outras tarefas como estudar, ler ou brincar.

Para efeitos de organização e tratamento de dados utilizou-se o programa informático de estatística SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

No final, foram apresentados os resultados obtidos, tentando-se, sempre que possível, simplificar os mesmos através da utilização de representações gráficas ou quadros, de modo a que o leitor consiga ter uma maior aproximação possível da realidade.

PARTE III – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

1. TV em casa

Neste capítulo estão apresentados os resultados do estudo. Antes de apresentar a discussão dos resultados, surgiu a necessidade de fazer referência a três variáveis de relativa importância e que podem influenciar os dados apresentados.

A primeira diz respeito ao número de alunos que têm televisão por cabo/satélite em casa, pois este aspecto influencia directamente o tipo de canais que os alunos visualizam. O segundo e o terceiro ponto influenciam o tempo que os alunos vêem televisão e correspondem a duas variáveis: número de alunos que tem televisão no quarto (fig. 23) e quantidade de televisores que os inquiridos têm em casa (fig. 24).

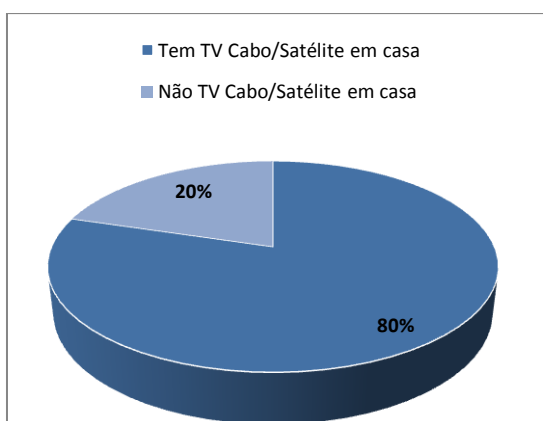


Fig. 23 Alunos que têm TV Cabo/Satélite em casa

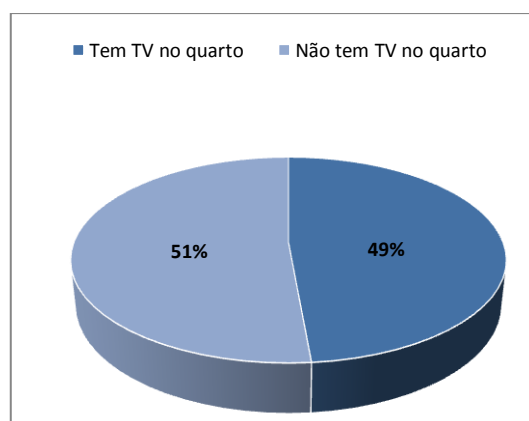


Fig. 24 Alunos que têm televisor no quarto

Assim, e de acordo com a figura 23 podemos observar que o número de alunos que tem televisão por cabo ou por satélite em casa é bastante superior ao número de alunos que tem apenas os quatro canais generalistas. Assim, temos 141 alunos contra 36 alunos, com uma percentagem de 80% e 20% da amostra, respectivamente.

Sobre o número de alunos que possuem televisor no quarto verifica-se bastante aproximado do número de alunos que não possuem TV neste espaço, 49% e 51% da amostra, respectivamente (fig. 24).

A análise desta variável por género e por idade está também apresentada nos dois gráficos seguintes.

Assim, podemos observar que apesar de termos quase o dobro de participantes do género feminino no inquérito, são os rapazes que mais possuem televisão no quarto. Neste ponto, os valores apresentam um interessante contraste, pois se são cerca de 44,4% as raparigas que têm televisão no quarto, são 55,5% as que não têm televisão

nessa divisão. Ao analisarmos o género masculino podemos ver que os resultados são inversos, pois mais de metade dos rapazes têm televisão no quarto de dormir, variando os resultados de 56,6% da amostra masculina para 43,3%, correspondendo este último valor aos que não têm televisão nessa divisão da casa.

Como foi referido anteriormente, a fig. 26 relaciona a idade da população da amostra com o facto de terem ou não televisão no quarto. Perante a análise dos dados podemos observar

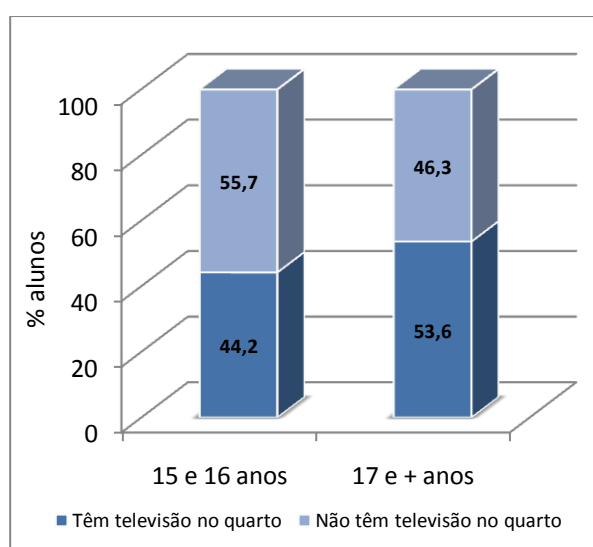


Fig. 26 Alunos que têm televisão no quarto por idade

que, tal como acontecia na apresentação anterior, existe um contraste nítido entre os dois grupos escolhidos. No primeiro grupo (correspondente aos alunos que tem 15 e 16 anos de idade) salienta-se o facto de a maior parte referir não ter televisão no quarto de dormir, correspondendo os valores a quase 55,7% do total da população contra 44,2%, sendo estes últimos correspondentes aos alunos que referem ter televisão no quarto de dormir. No segundo grupo de jovens,

podemos observar que os valores são totalmente diferentes dos observados no grupo de idades anterior pois mais de metade referiu ter televisor no quarto (53,6%) contra 46,3%.

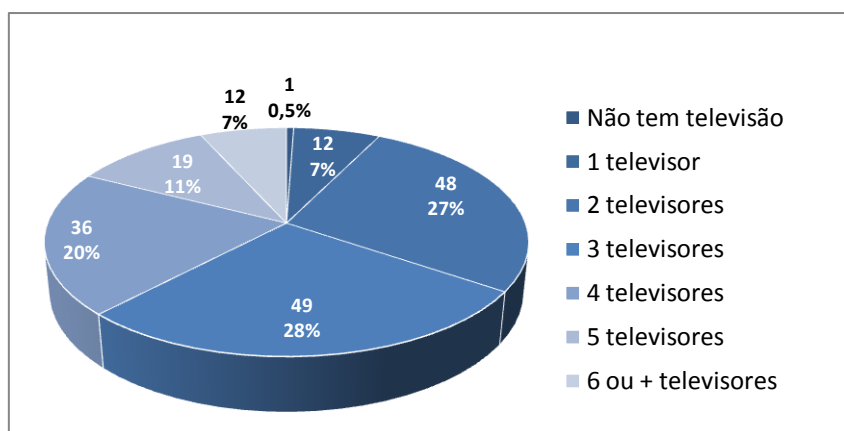


Fig. 27 Número de televisores que cada aluno tem em casa

A fig. 27 corresponde à quantidade de aparelhos de televisão que cada um dos alunos tem em casa. Os dados mostram que a maior parte dos inquiridos tem 3 televisores em casa (28% da amostra) e em segundo lugar (com 27% da amostra) aparecem os que têm 2 televisores. Neste ponto, é de realçar ainda que 7% dos inquiridos referem ter 6 ou mais televisores em casa e que apenas 1 aluno (0,5%) não tem qualquer tipo de televisor no seu lar, sendo a média de 3,2 aparelhos.

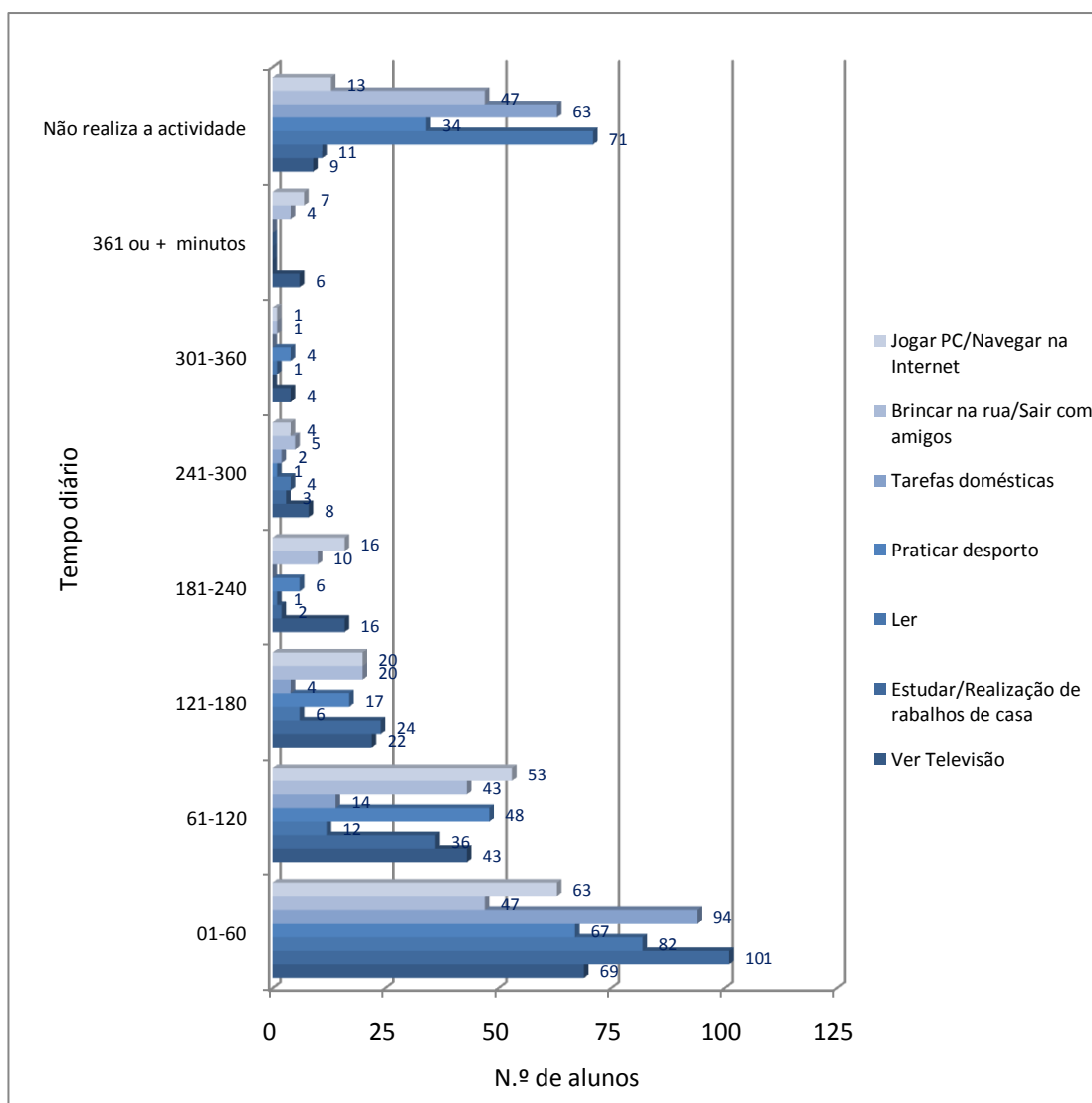
2. Ocupação dos tempos livres

2.1. Actividades à semana (2ª a 6ª feira)

A fig. 28 retrata uma comparação entre o tempo diário que os alunos dedicam a ver televisão e o tempo que dedicam a um vasto leque de actividades, nomeadamente *estudar, ler, praticar desporto, sair com amigos e navegar na internet*, de 2ª a 6ª feira.

Podemos observar que das actividades mais realizadas durante os dias da semana se destaca fortemente *ver televisão*, com uma média diária de cerca de 140 minutos, seguem-se as actividades *jogar computador/navegar na internet* e *sair com os amigos*, com uma média diária de 125 e 97 minutos, respectivamente. As actividades que os alunos menos tempo dedicam são

estudar/realização de trabalhos de casa, ler e a realização de tarefas domésticas, com uma média de 74, de 47 e de 38 minutos por dia.



ACTIVIDADES	VER TELEVISÃO	ESTUDAR/REALIZAÇÃO DE TPC'S	LER	PRATICAR DESPORTO	TAREFAS DOMÉSTICAS	BRINCAR NA RUA/SAIR	JOGAR PC/INTERNET
Média (minutos)	140,75	74,12	47,34	86,58	38,77	97,40	125,40

Fig. 28 Tempo diário que os alunos inquiridos dedicam a actividades à semana

O estudo desta variável tendo em conta o género e as idades da amostra inquirida apresenta os resultados apresentados nos quadros VII e VIII.

QUADRO VII

Tempo diário que os alunos dedicam à realização de actividades à semana por género

ACTIVIDADES	Género	Não realiza	MINUTOS						
			1-60	61-120	121-180	181-240	241-300	301-360	361 ou +
VER TELEVISÃO	M	6,7%	36,7%	26,7%	10%	8,3%	5%	3,3%	3,3%
	F	4,3%	39,3%	23,1%	13,7%	9,4%	4,3%	1,7%	4,3%
ESTUDAR/ REALIZAÇÃO DE TPC'S	M	25%	48,3%	18,3%	5%	3,4%	-	-	-
	F	5,1%	61,5%	21,4%	9,4%	-	2,6%	-	-
LER	M	51,7%	40%	6,7%	-	-	1,6%	-	-
	F	34,2%	49,6%	6,9%	5,1%	0,9%	2,4%	-	0,9%
PRATICAR DESPORTO	M	16,7%	33,3%	25%	13,3%	6,7%	-	-	5%
	F	20,5%	40,2%	28,2%	7,7%	1,7%	0,9%	0,8%	-
TAREFAS DOMÉSTICAS	M	43,3%	53,4%	3,3%	-	-	-	-	-
	F	31,6%	53%	10,3%	3,4%	-	1,7%	-	-
BRINCAR NA RUA/SAIR COM AMIGOS	M	25%	25%	30%	10%	8,4%	1,7%	-	-
	F	27,4%	27,4%	21,4%	12%	4,3%	4,9%	0,9%	1,7%
JOGAR PC/NAVEGAR NA INTERNET	M	8,3%	26,7%	33,3%	13,3%	11,7%	-	-	6,7%
	F	6,8%	40,2%	28,2%	10,3%	8,5%	3,4%	0,9%	1,7%

Pela análise do quadro podemos observar que a maior parte dos inquiridos *vê televisão* de 1 a 60 minutos por dia semanal (36,7% dos rapazes e 39,3% das raparigas). É também possível verificar que a fatia de elementos que não realiza esta actividade é bastante pequena, assentando os valores nos 6,7% relativamente aos rapazes e 4,3% às raparigas, estes valores podem também ser comprovados pela fig. 29.

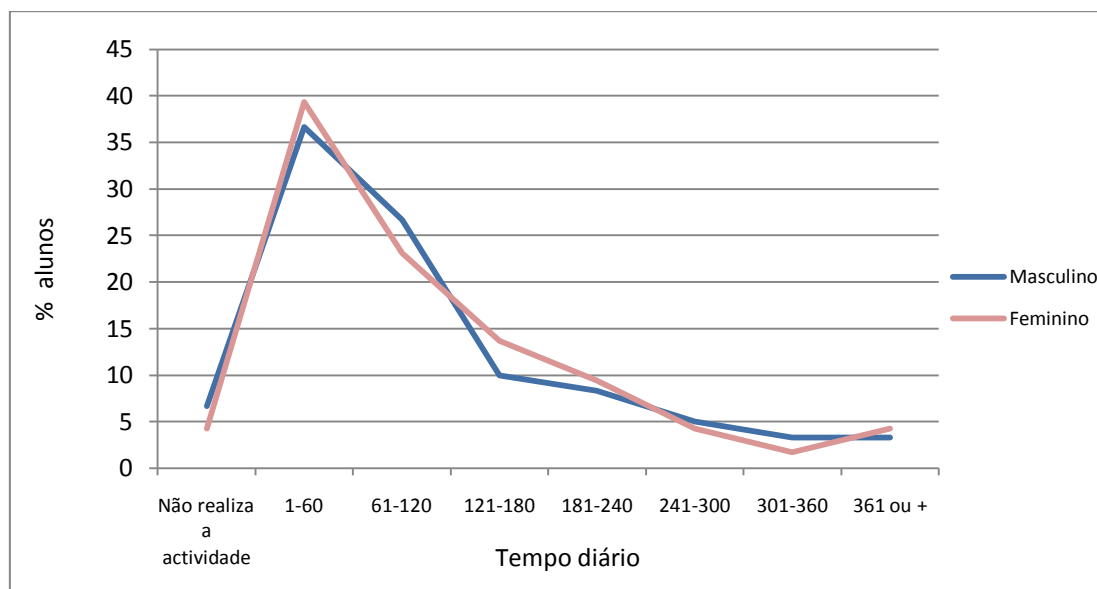


Fig. 29 Tempo diário que os alunos inquiridos dedicam ver televisão à semana por género

Relativamente à actividade *estudar/realizar os trabalhos de casa* podemos verificar que é bastante maior o número relativo ao género feminino, pois por dia da semana a maior parte

dos elementos deste grupo (61,5%) estuda em média entre 1 e 60 minutos, sendo apenas 5,1% a fatia que não realiza esta actividade. Relativamente ao género masculino, podemos observar que os números diminuem no que diz respeito à percentagem de elementos que estuda em média entre 1 e 60 minutos por dia da semana (48,3%). 25% é a percentagem de rapazes que não realiza esta actividade, sendo um valor bastante superior ao do género feminino.

Relativamente à actividade *ler*, podemos observar que o número de elementos do género masculino que não realiza a actividade é superior ao que a faz entre 1 e 60 minutos em média por dia da semana (51,7% para 40%, respectivamente). No grupo pertencente ao género feminino observa-se o contrário: 49,6% da amostra lê em média entre 1 e 60 minutos diariamente, no entanto 34,2% das raparigas não realizam esta actividade.

Relativamente à actividade *prática de desporto* podemos observar que o número de raparigas que pratica desporto entre 1 e 60 minutos por dia de semana é, curiosamente, bastante superior ao dos rapazes, contrastando os valores em 40,2% e 33,3%, respectivamente. Por outro lado, é uma percentagem de 16,7% rapazes e de 20,5% raparigas que não praticam desporto à semana.

Outra actividade analisada foi a realização de *tarefas domésticas*, onde se observa que a maior parte dos inquiridos realiza entre 1 e 60 minutos de tarefas domésticas por dia da semana (53,4% rapazes e 53% raparigas). No entanto um número significativo não faz tarefas domésticas, 43,3% dos rapazes e 31,6% das raparigas, respectivamente.

Quase a finalizar este grupo aparece a actividade *brincar na rua/sair com os amigos*, sendo que curiosamente o número de inquiridos que não realiza a actividade é precisamente igual ao que a realiza entre 1 e 60 minutos: sendo para os rapazes de 25% e para as raparigas de 27,4%.

Por fim e relativamente à última actividade analisada - *jogar PC/navegar na Internet*, podemos ver que o número de inquiridos que não realiza esta actividade é bastante reduzido (8,3% rapazes e 6,8% raparigas). Por outro lado, 33,3% dos rapazes realizam esta actividade entre 60 e 120 minutos diariamente e a maior fatia de raparigas (40,2%) entre 1 e 60 minutos.

O quadro VIII apresenta os valores correspondentes ao tempo diário que os alunos dedicam à realização de actividades à semana por idade e neste caso, podemos reparar que a maior parte dos alunos vê televisão menos de uma hora por dia à semana, no caso do grupo 15-16 anos o número assenta nos 37,9% e para os restantes alunos o número corresponde a 39%.

A partir daqui acontece o mesmo que nas outras actividades, ou seja, à medida que aumenta o tempo o número de alunos que realizam as actividades diminui gradualmente. Neste caso é possível verificar que 6,3% de alunos com 15 e 16 anos e 9,5% de 17 ou + anos não vêem televisão à semana, aliás esta informação encontra-se exposta com mais pormenor na fig. 30.

QUADRO VIII

Tempo diário que os alunos dedicam à realização de actividades à semana por idades

ACTIVIDADES	Idade	Não realiza	MINUTOS						
			1-60	61-120	121-180	181-240	241-300	301-360	361 ou +
VER TELEVISÃO	15 e 16	6,3%	37,9%	18,9%	14,7%	9,5%	4,2%	3,2%	5,3%
	17 e +	3,7%	39%	30,5%	9,8%	8,5%	4,9%	1,2%	2,4%
ESTUDAR/ REALIZAÇÃO DE TPC'S	15 e 16	9,5%	57,9%	18,9%	10,5%	1,1%	2,1%	-	-
	17 e +	14,6%	56,1%	22%	4,9%	1,2%	1,2%	-	-
LER	15 e 16	43,2%	41,1%	7,4%	6,3%	1,1%	1,1%	-	-
	17 e +	36,6%	52,4%	6,1%	-	-	3,8%	-	1,1%
PRATICAR DESPORTO	15 e 16	18,9%	38,9%	27,4%	8,4%	3,2%	1,1%	1,1%	1,1%
	17 e +	19,5%	36,6%	26,8%	11%	3,7%	-	-	2,4%
TAREFAS DOMÉSTICAS	15 e 16	32,6%	51,6%	10,5%	3,2%	-	2,1%	-	-
	17 e +	39%	54,9%	4,9%	1,2%	-	-	-	-
BRINCAR NA RUA/SAIR COM AMIGOS	15 e 16	27,4%	25,3%	24,2%	10,5%	5,3%	3,2%	0,9%	3,2%
	17 e +	25,6%	28%	24,4%	12,2%	6,1%	2,4%	-	1,2%
JOGAR PC/NAVEGAR NA INTERNET	15 e 16	5,3%	35,8%	31,6%	10,5%	10,5%	4,2%	1%	1,1%
	17 e +	9,8%	35,4%	28%	12,2%	8,5%	-	-	6,1%

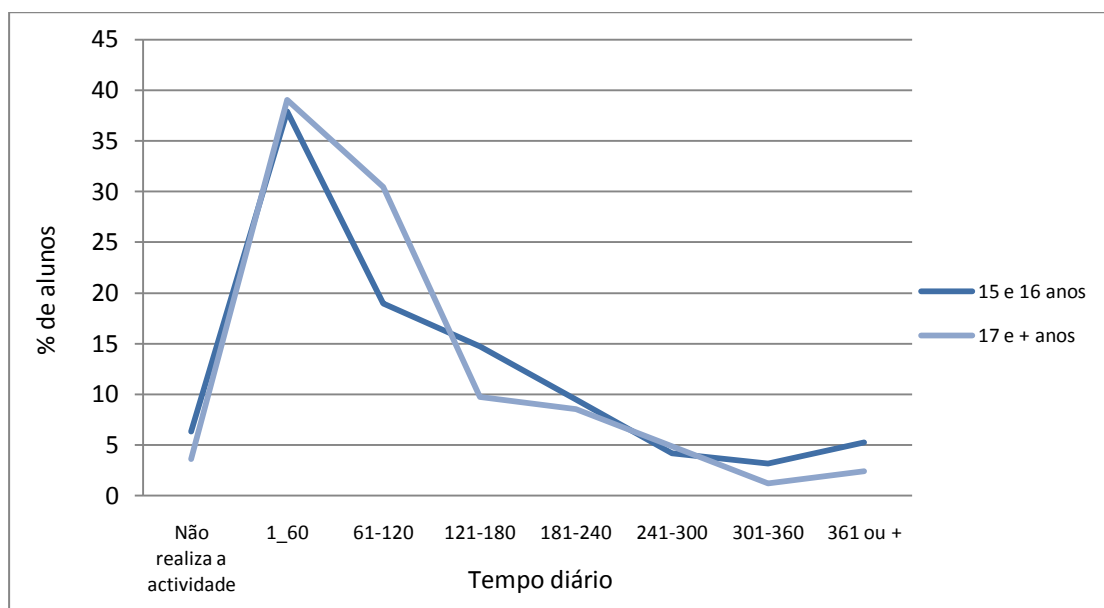


Fig. 30 Tempo diário que os alunos inquiridos dedicam ver televisão à semana por idades

Relativamente à actividade *estudar/realizar os trabalhos de casa* podemos ver que é realizada em maior número no espaço 1-60 minutos pelo grupo dos 15 e 16 anos (57,9%), por outro lado o grupo dos 17 e + anos apresenta um valor de 56,1%.

A actividade *ler* é uma das actividades que menos alunos realizam diariamente pois se 36,6% dos alunos com 17 e + anos não realizam esta actividade semanalmente, podemos observar que o número aumenta bastante para o grupo dos 15 e 16 anos (43,2%).

Relativamente à *prática de desporto* podemos verificar que a tendência se mantém, ou seja, a maior parte dos alunos (38,9% entre os 15 e 16 anos e 36,6% com 17 e + anos de idade) realiza esta actividade entre 1 e 60 minutos por dia, de destacar ainda que 18,9% dos alunos com 15 e 16 anos e 19,5% com 17 e + anos não realizam esta actividade.

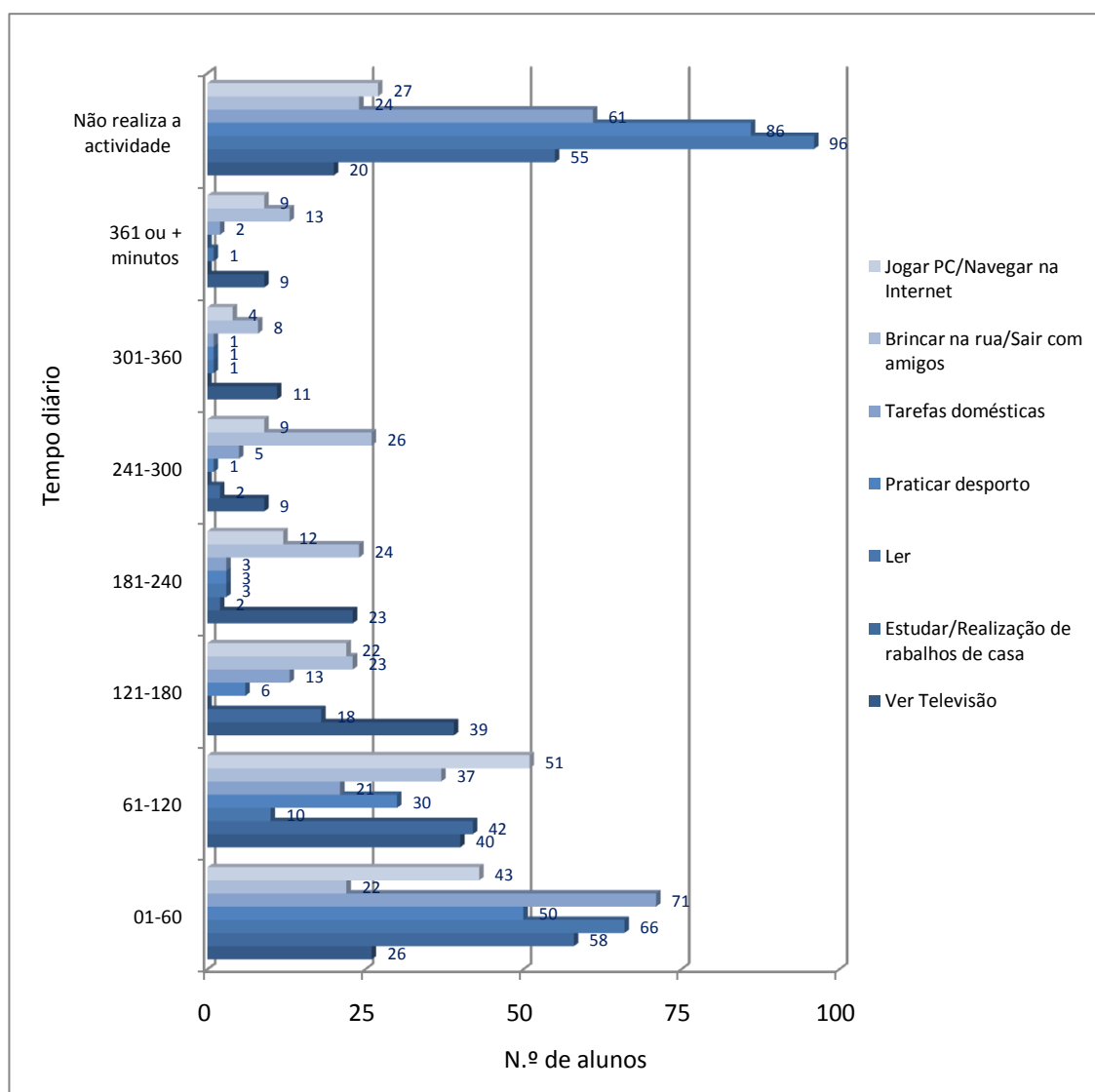
Também a actividade *tarefas domésticas* apresenta valores de acordo com a tendência geral. Esta é a actividade que menos alunos realizam, estando divididos em 32,6% para os 15 e 16 anos de idade e os 39% para os 17 e + anos. A acrescentar a estes valores podemos observar que a maior parte dos alunos que realizam *tarefas domésticas* corresponde a 51,6% para a faixa dos 15 e 16 anos e 54,9% para os 17 e + anos e o fazem menos de uma hora por dia da semana.

Ao analisarmos o número de alunos que *sai com os amigos* é possível verificar que a maior parte o faz em entre 1 e 60 minutos por dia da semana (sendo que 25,3% têm entre 15 e 16 anos e 28% têm 17 e + anos de idade), por outro lado podemos verificar que quase 17% da totalidade dos alunos não realizam esta actividade à semana.

A última actividade deste grupo corresponde a *jogar computador/navegar na internet* sendo que a maior parte dos alunos que realiza esta actividade tem entre 15 e 16 anos de idade, salientando-se os grupos 1-60 minutos com 35,8% e 61-120 minutos com 31,5%, na faixa dos 17 e + anos destaca-se o período 61-120 minutos com 35,4%. Outro aspecto interessante a destacar prende-se com o facto de esta actividade apresentar valores baixíssimos quando falamos em alunos que não a realizam (5,3% para o grupo com 15 e 16 anos e 9,8% para o grupo que tem 17 e mais anos de idade).

2.2. Actividades ao Sábado

Tal como no grupo anterior, foi realizada uma representação gráfica (fig. 31) que compara o tempo que os alunos dedicam a ver televisão e o tempo que dedicam às restantes actividades ao sábado. O destaque vai para *sair com os amigos* com uma média de 187,37 minutos. Ao contrário do que acontece à semana, ao sábado a actividade *ver televisão* aparece em segundo lugar, com uma média de 166,53 minutos.



	VER TELEVISÃO	ESTUDAR/REALIZAÇÃO DE TPC'S	LER	PRATICAR DESPORTO	TAREFAS DOMÉSTICAS	BRINCAR NA RUA/ SAIR	JOGAR PC/INTERNET
Média (minutos)	166,53	70,62	41,56	48,31	66,78	187,37	136,55

Fig. 31 Tempo que os alunos inquiridos dedicam a actividades ao sábado

As actividades que os alunos menos tempo dedicam são *ler* e *praticar* desporto, com uma média de 41,56 e 48,31 minutos ao sábado, respectivamente.

Também neste ponto foi realizado um conjunto de Quadros (Quadro XIX e X), que reapresenta o tempo que os alunos dedicam à realização de actividades ao sábado por género e por idades, cujas representações se poderão ver a seguir.

QUADRO IX

Tempo diário que os alunos dedicam à realização de actividades ao sábado por género

ACTIVIDADES	Género	Não realiza	MINUTOS						
			1-60	61-120	121-180	181-240	241-300	301-360	361 ou +
VER TELEVISÃO	M	10%	8,4%	35%	21,7%	11,7%	1,7%	5%	6,7%
	F	12%	17,9%	16,2%	22,2%	13,7%	7,9%	6,8%	3,3%
ESTUDAR/ REALIZAÇÃO DE TPC'S	M	40%	26,7%	10%	13,3%	-	-	-	-
	F	26,5%	30,8%	30,8%	8,5%	1,7%	1,7%	-	-
LER	M	58,3%	33,3%	5%	-	1,7%	-	-	1,7%
	F	52,1%	30,8%	6,8%	7,7%	1,7%	-	0,9%	-
PRATICAR DESPORTO	M	38,3%	26,7%	26,7%	3,3%	1,7%	1,7%	1,7%	-
	F	53,8%	29,1%	12%	3,4%	1,7%	-	-	-
TAREFAS DOMÉSTICAS	M	48,3%	45%	1,7%	5%	-	-	-	-
	F	27,4%	37,6%	17,1%	8,5%	2,6%	4,3%	0,8%	1,7%
BRINCAR NA RUA/SAIR COM AMIGOS	M	11,7%	11,7%	15%	13,3%	20%	13,3%	3,3%	11,7%
	F	14,5%	15,8%	23,9%	12,8%	7,4%	15,4%	5,1%	5,1%
JOGAR PC/NAVEGAR NA INTERNET	M	13,3%	11,7%	38,3%	11,7%	5%	6,7%	5%	8,3%
	F	16,2%	30,8%	23,0%	12,8%	7,7%	4,3%	0,9%	3,4%

Pela observação da figura podemos observar que *ver televisão* é a actividade que os alunos realizam durante mais tempo ao sábado, pois 5,1% do total de alunos vê televisão mais de 6 horas ao sábado, no entanto, o período que os inquiridos mais visualizam televisão corresponde ao espaço 61-240 minutos (49,6% dos alunos vêem televisão durante este período de tempo). De realçar ainda que o género masculino domina apenas o período 61-120 minutos (com 35%), o género feminino é sempre maior nos restantes períodos de tempo (fig. 32).

Relativamente à actividade *estudar/realizar trabalhos de casa*, podemos ver que o género feminino se destaca claramente nos períodos 1-60 e 61-120 minutos com 30,8%, o género masculino apresenta um valor mais elevado (26,7%) na faixa dos 1-60 minutos. Apesar destes valores existe uma elevada fatia de alunos (40% rapazes e 26,5% raparigas) que não realizam esta actividade ao sábado.

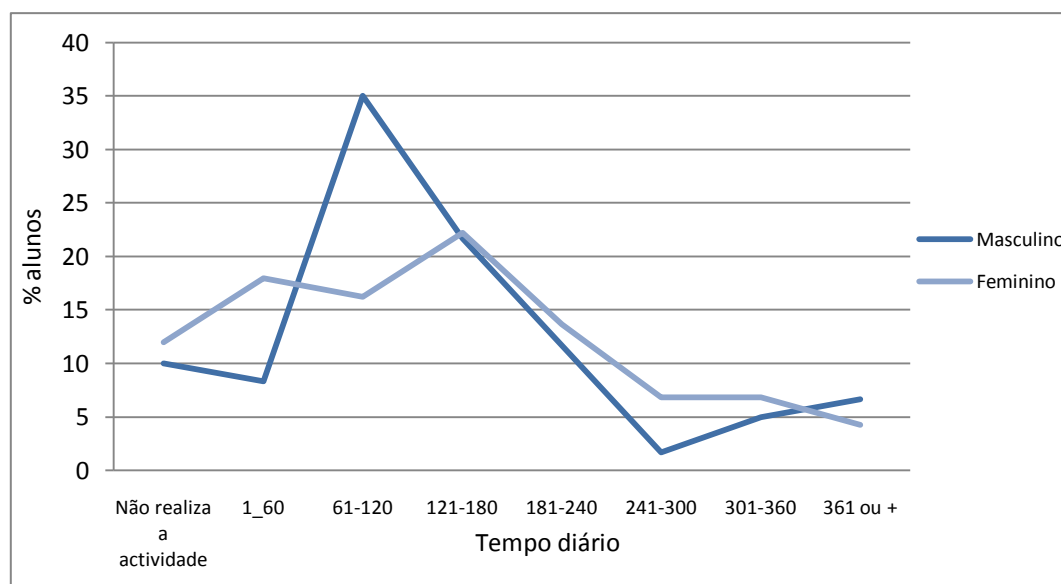


Fig. 32 Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão ao sábado por género

Se nos debruçarmos acerca da actividade *ler* podemos verificar que um grande número de alunos não realiza esta actividade ao sábado (40% dos rapazes e 52,1% das raparigas), pelo contrário e em segundo lugar é no período de 1-60 minutos que a maior fatia dos alunos mais lê (correspondendo a 33,3% dos rapazes e a 30,8% das raparigas).

Relativamente à *prática de desporto* podemos observar que quase metade da totalidade dos alunos não realiza esta actividade, sendo que o período de tempo que mais se destaca corresponde ao 1-60 minutos com 26,7% dos rapazes e 29,1% das raparigas a praticar desporto.

Tal como as actividades anteriores, nas tarefas domésticas destaca-se o período de tempo dos 1-60 minutos com 45% dos elementos do género masculino e 37,6% do feminino a realizarem esta actividade, salienta-se ainda o facto de 48,3% dos rapazes e 27,4% das raparigas não realizarem esta actividade ao sábado.

Quase no fim da lista surge-nos a actividade *sair com amigos* e neste caso os valores seguem a tendência anterior, contudo destaca-se o grupo masculino o período 181-240 minutos com uma percentagem de 20%, pelo contrário as raparigas destacam o período 61-120 minutos com um valor de 23,9%. De ressaltar o facto de 11,7% dos rapazes e 14,5% das raparigas não realizarem esta actividade ao sábado.

Para concluir este grupo surge a actividade *jogar computador/navegar na internet* cujo grupo masculino destaca o período 61-120 minutos (sendo que 38,3% realizam a actividade) e o grupo feminino o período 1-60 minutos (com um valor de 30,8% a realizarem a actividade),

destaca-se ainda o facto de 13,3% rapazes e 16,2% das raparigas não realizarem esta actividade ao sábado.

O Quadro X apresenta o tempo que os alunos dedicam à realização de actividades ao sábado por idade e mostra, em primeiro lugar para a idade dos 15 e 16 anos valores bastante elevados, sendo que pelo menos 20% dos alunos visualiza entre duas e três horas de televisão ao sábado e pelo menos 21,1% visualiza entre 3 e 4 horas, sendo que apenas 10,5% não vêem qualquer canal de televisão neste dia. Também para as idades mais elevadas os valores são eminentes, se pelo menos 25,6% dos alunos vêem entre 1 e 2 horas de televisão, 23,2% visualizam entre 2 e 3 horas e apenas 12,2% não vêem televisão ao sábado (fig. 33).

QUADRO X

Tempo diário que os alunos dedicam à realização de actividades ao sábado por idades

ACTIVIDADES	Idade	Não realiza	MINUTOS						
			1-60	61-120	121-180	181-240	241-300	301-360	361 ou +
VER TELEVISÃO	15 e 16	10,5%	16,8%	20%	21,1%	12,6%	6,3%	6,4%	6,3%
	17 e +	12,2%	12,2%	25,6%	23,2%	13,4%	3,7%	5,9%	3,75
ESTUDAR/ REALIZAÇÃO DE TPC'S	15 e 16	32,6%	30,5%	23,2%	10,5%	2,1%	1,1%	-	-
	17 e +	29,3%	35,4%	24,4%	9,8%	-	1,2%	-	-
LER	15 e 16	53,7%	29,5%	6,3%	8,4%	1,1%	-	1,1%	-
	17 e +	54,9%	34,1%	6,1%	1,3%	2,4%	-	-	1,2%
PRATICAR DESPORTO	15 e 16	47,4%	29,5%	20%	2,1%	2,1%	-	-	-
	17 e +	50%	28%	13,4%	4,9%	1,2%	1,2%	1,2%	-
TAREFAS DOMÉSTICAS	15 e 16	30,5%	40%	11,6%	9,5%	2,1%	3,2%	1,1%	2,1%
	17 e +	39%	40,2%	12,2%	4,9%	1,2%	2,4%	-	-
BRINCAR NA RUA/SAIR COM AMIGOS	15 e 16	13,7%	13,7%	28,4%	13,7%	7,4%	14,7%	4,2%	4,2%
	17 e +	13,4%	11%	12,2%	12,2%	20,7%	14,6%	4,9%	11%
JOGAR PC/NAVEGAR NA INTERNET	15 e 16	10,5%	30,5%	28,4%	17,9%	4,2%	3,2%	1,1%	4,2%
	17 e +	20,7%	17,1%	29,3%	6,1%	9,7%	7,3%	3,7%	6,1%

A par dos valores anteriores estão os referentes à actividade *estudar/realizar os trabalhos de casa*, sendo que no caso dos 15-16 anos o número dos alunos que não faz habitualmente qualquer tipo de estudo ao sábado (32,6%) é superior aos que o fazem menos de uma hora (30,5%), ressalve-se que apenas um aluno estuda em média entre 5 e 6 horas ao sábado. No grupo dos 17 e + anos salienta-se o valor de 35,4% relativamente aos alunos que estudam até 1 hora, sendo que 29,3% desta faixa etária não realizam qualquer tipo de actividade de estudo ao sábado.

A actividade *ler* apresenta valores semelhantes aos observados nas tabelas anteriores, pois apenas 29,5% dos alunos com 15 e 16 anos de idade dedicam até uma hora à leitura, o número é bastante inferior ao valor correspondente ao conjunto de alunos que não realiza

qualquer tipo de leitura ao sábado (53,7%). Na faixa etária dos 17 e + anos observa-se a mesma tendência, se a percentagem de alunos que lê entre 1 e 60 minutos é de 34,1%, são 54,9% os que não fazem nenhuma leitura ao sábado.

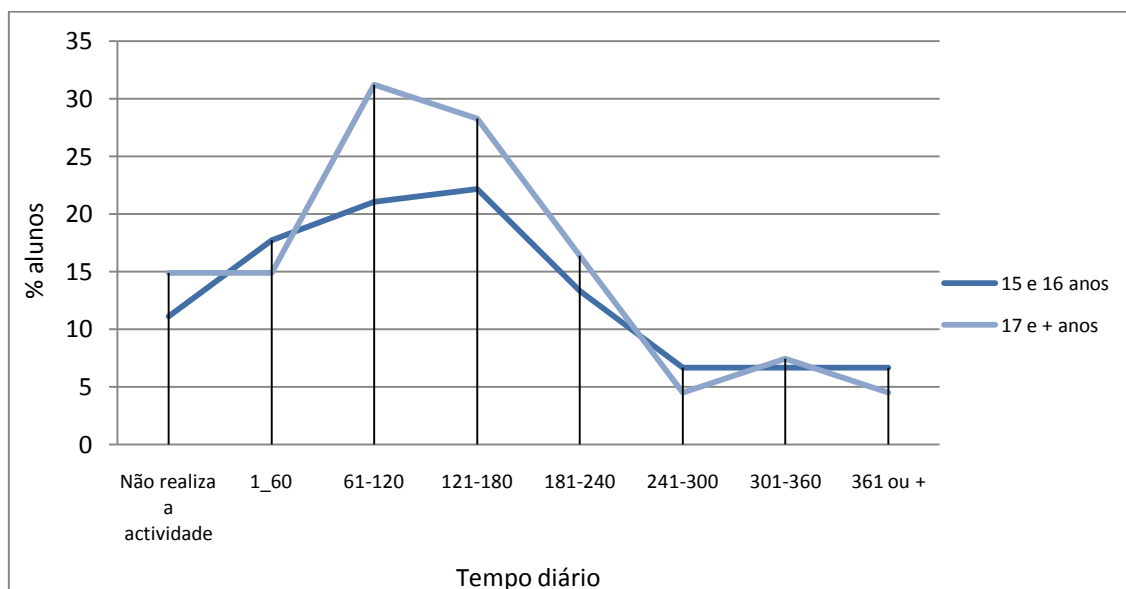


Fig. 33 Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão ao sábado por idades

Outra actividade analisada prendeu-se com a prática de desporto e mais uma vez as percentagens correspondentes aos alunos que não realizam a actividade são superiores às que dos que praticam desporto ao sábado, na faixa dos 15-16 anos os valores são 47,4% e 29,5% e no grupo dos alunos com 17 e + anos de idade de 50% e 28%, respectivamente.

Relativamente à realização de *tarefas domésticas*, os valores dos alunos que não fazem lides domésticas não se distanciam muito dos números dos alunos que fazem pelo menos 1 hora de tarefas domésticas. Assim, no grupo dos alunos com 15 e 16 anos os valores assentam nos 30,5% e nos 40% e na faixa dos 17 e + anos nos 39% e 40,2%, respectivamente.

É nas *saídas com os amigos* que o tempo gasto aumenta exponencialmente, neste caso e para o grupo dos 15 e 16 anos de idade interessa salientar a faixa dos 61-120 minutos (28,4%) e dos 241-300 minutos (14,7%), no entanto no grupo dos alunos com 17 e + anos destaca-se o período 181-240 minutos com uma percentagem de 20,7%. De destacar o facto de 11% dos alunos (com 17 e + anos) sair em média mais de 7 horas ao sábado e cerca de 13,5% de cada uma das faixas etárias não *sair com os amigos* durante esse dia.

A última actividade em análise corresponde a *jogar computador/navegar na internet* e apresenta também valores bastante elevados nos períodos 1-60 minutos e 61-120 minutos, a

destacar na faixa dos 15-16 anos percentagens de 30,5% e 28,4% e no grupo dos 17 e + anos de 17,1% e 29,3%, respectivamente. No entanto, são 10,5% e 20,7% as percentagens de alunos que não realizam esta actividade ao sábado.

2.3. Actividades ao Domingo

Tal como nos casos anteriores, foi analisado o tipo de actividades e o tempo que as demoram a realizar ao Domingo, sendo que à primeira vista se destaca a média da actividade *ver televisão* com 167,82.

Neste sentido e para percebermos se existem diferenças significativas na realização das actividades entre o género e as idades foram elaboradas os Quadros XI e XII. Perante a observação do Quadro XI e das figuras 34 e 35, podemos observar que a *ver televisão* é uma das poucas actividades em que os alunos destinam mais de uma hora, pois 36,7% dos rapazes destina entre 61e 120 minutos do seu tempo à visualização de televisão, no caso das raparigas o tempo é superior, sendo que 21,4% vê entre 121 e 180 minutos de televisão. Apenas 5% dos rapazes e 10,3% das raparigas não vêem televisão ao domingo.

QUADRO XI

Tempo diário que os alunos dedicam à realização de actividades ao domingo por género

ACTIVIDADES	Género	Não realiza	MINUTOS						
			1-60	61-120	121-180	181-240	241-300	301-360	361 ou +
VER TELEVISÃO	M	5%	16,7%	36,7%	19,9%	5%	1,7%	8,3%	6,7%
	F	10,3%	17,1%	17,9%	21,4%	14,4%	12%	6%	0,9%
ESTUDAR/ REALIZAÇÃO DE TPC'S	M	38,3%	45%	10%	5%	-	1,7%	-	-
	F	33,3%	34,2%	20,5%	6%	2,6%	3,4%	-	-
LER	M	60%	30%	6,7%	-	1,7%	-	-	1,7%
	F	57,3%	28,2%	6%	6%	1,7%	0,9%	-	-
PRATICAR DESPORTO	M	58,3%	31,7%	5%	3,3%	-	1,7%	-	-
	F	67,5%	23,9%	6%	2,6%	-	-	-	-
TAREFAS DOMÉSTICAS	M	56,7%	35%	6,7%	1,7%	-	-	-	-
	F	49,6%	36,8%	7,7%	3,2%	0,9%	-	0,9%	0,9%
BRINCAR NA RUA/SAIR COM AMIGOS	M	35%	23,3%	23,3%	5%	5%	6,7%	-	1,7%
	F	40,2%	23,1%	16,2%	6,8%	3,4%	6%	2,6%	1,7%
JOGAR PC/NAVEGAR NA INTERNET	M	11,7%	20%	33,3%	8,4%	1,7%	13,3%	3,3%	8,3%
	F	23,9%	26,5%	20,5%	15,4%	6,8%	2,6%	1,7%	2,6%

Tal como no caso anterior, a actividade *ler* não é realizada por um elevado número de alunos: 60% dos rapazes e 57,3% das raparigas não lê ao domingo, sendo que apenas metade

do valor atrás supracitado refere ler ao domingo menos de uma hora (30% do género masculino e 57,3% do feminino).

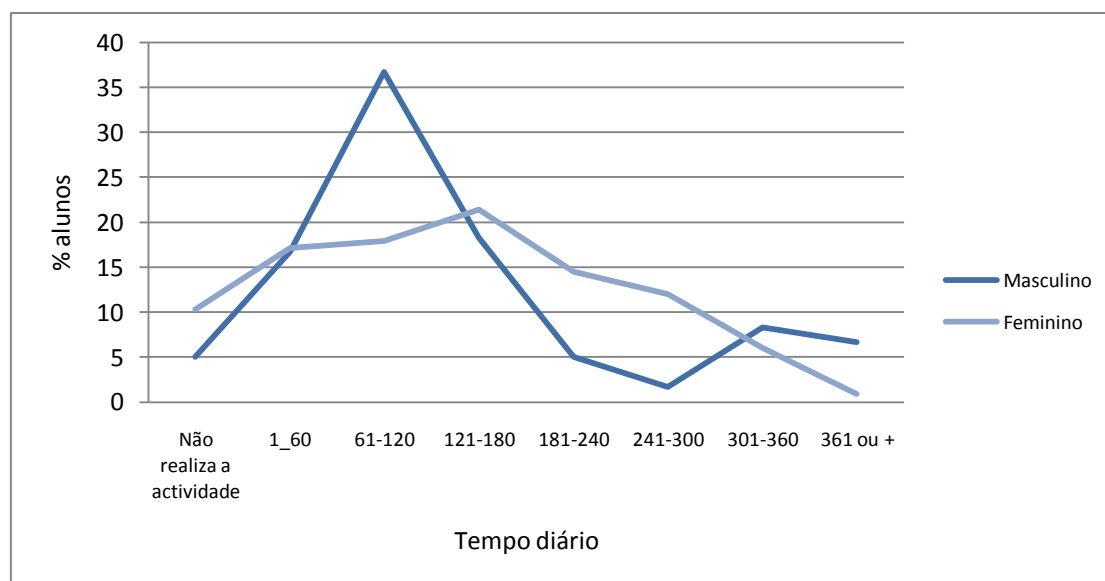


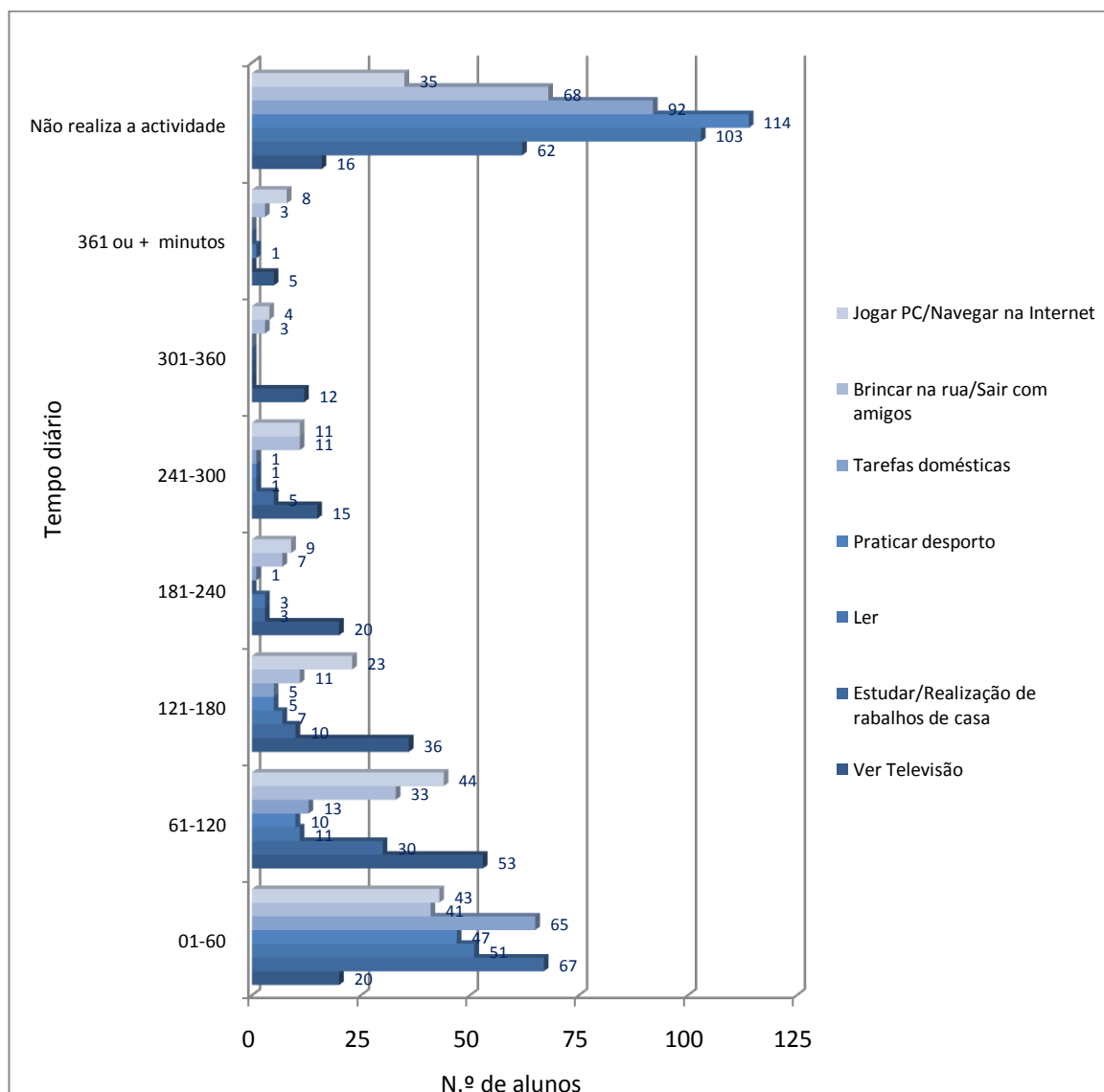
Fig. 34 Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão ao domingo por género

A *prática de desporto* é uma das actividades menos realizadas pelos inquiridos ao domingo sendo que um elevado número (58,3% dos rapazes e 67,5%) admite não praticar nenhum tipo de desporto neste dia, apenas uma fatia bastante menor (31,7% rapazes e 23,9% das raparigas) dedica entre 1 e 60 minutos à prática de desporto ao domingo.

Avançando para a análise da actividade *tarefas domésticas*, podemos verificar que é maior o grupo de alunos que não realiza qualquer tipo de desporto ao domingo, diminuindo o valor de avançarmos para o período de tempo entre 1 e 60 minutos, assim temos para o género masculino 56,7% e 35% e para o feminino 49,6% e 35,8%, respectivamente.

Na análise das duas últimas actividades realizadas pelos alunos ao domingo (*sair com os amigos* e *jogar computador/navegar na internet*) podemos observar números bastante díspares, pois se na primeira a percentagem de rapazes que não realiza a actividade é de 21% na segunda o número decresce drasticamente para metade, no caso das raparigas a diminuição não é tão drástica, sendo de 16%. Ainda neste grupo podemos destacar dois períodos de tempo distintos: para os rapazes os períodos 1-60 e 61-120 minutos, ambos os grupos com percentagens de 23,3% e para as raparigas o grupo que vai do 1 ao 60 minutos, com 23,1% (para a actividade *sair com os amigos*).

Para a actividade *jogar computador/navegar na internet* merece destaque o grupo dos 1-60 minutos para o género feminino (26,5%) e o período de tempo 61-120 minutos para o género masculino (33,3%).



	VER TELEVISÃO	ESTUDAR/REALIZAÇÃO DE TPC'S	LER	PRATICAR DESPORTO	TAREFAS DOMÉSTICAS	BRINCAR NA RUA/SAIR	JOGAR PC/INTERNET
Média (minutos)	167,82	62,61	38,36	27,66	37,63	90,48	129,26

Fig. 35 Tempo que os alunos inquiridos dedicam a actividades ao domingo

Tal como no caso anterior, surge-nos o Quadro XII, onde é possível verificar que ao domingo *ver televisão* é a única das actividades que os alunos realizam durante mais tempo em ambos os grupos etários. Se na faixa 15-16 anos de idade a maior parte dos alunos vê televisão

entre 1 a 2 horas (26,3%), na faixa dos 17 e + anos a maioria (25,6%) refere visualizar entre 2 a 3 horas de televisão ao domingo, ressalve-se que a fatia de alunos que assinalou não ver televisão ao domingo foi bastante diminuta, numa média de 9% para cada um dos grupos, estes valores encontram-se também representados na fig 36.

QUADRO XII

Tempo diário que os alunos dedicam à realização de actividades ao domingo por idades

ACTIVIDADES	Idade	Não realiza	MINUTOS						
			1-60	61-120	121-180	181-240	241-300	301-360	361 ou +
VER TELEVISÃO	15 e 16	8,4%	18,9%	26,3%	15,8%	9,5%	11,6%	8,4%	1,1%
	17 e +	9,8%	14,6%	22%	25,5%	13,4%	4,9%	4,9%	4,9%
ESTUDAR/ REALIZAÇÃO DE TPC'S	15 e 16	35,8%	38,9%	15,8%	6,3%	2,1%	1,1%	-	-
	17 e +	34,1%	36,6%	18,3%	4,9%	1,2%	4,9%	-	-
LER	15 e 16	56,8%	27,4%	7,4%	6,3%	1,1%	1,1%	-	-
	17 e +	59,8%	30,5%	4,9%	1,2%	2,4%	-	-	1,2%
PRATICAR DESPORTO	15 e 16	65,3%	28,4%	5,3%	1,1%	-	-	-	-
	17 e +	63,4%	24,4%	6,1%	4,9%	-	1,2%	-	-
TAREFAS DOMÉSTICAS	15 e 16	46,3%	40%	8,4%	2,1%	1,1%	-	1,1%	1,1%
	17 e +	58,5%	31,7%	6,1%	3,7%	-	-	-	-
BRINCAR NA RUA/SAIR COM AMIGOS	15 e 16	38,9%	22,1%	17,9%	5,2%	3,2%	8,4%	3,2%	1,1%
	17 e +	37,8%	24,4%	19,5%	7,3%	5,0%	3,7%	-	2,4%
JOGAR PC/NAVEGAR NA INTERNET	15 e 16	17,9%	28,4%	23,2%	14,7%	6,3%	4,2%	1,1%	4,2%
	17 e +	22%	19,5%	26,8%	11%	3,7%	8,5%	3,7%	4,9%

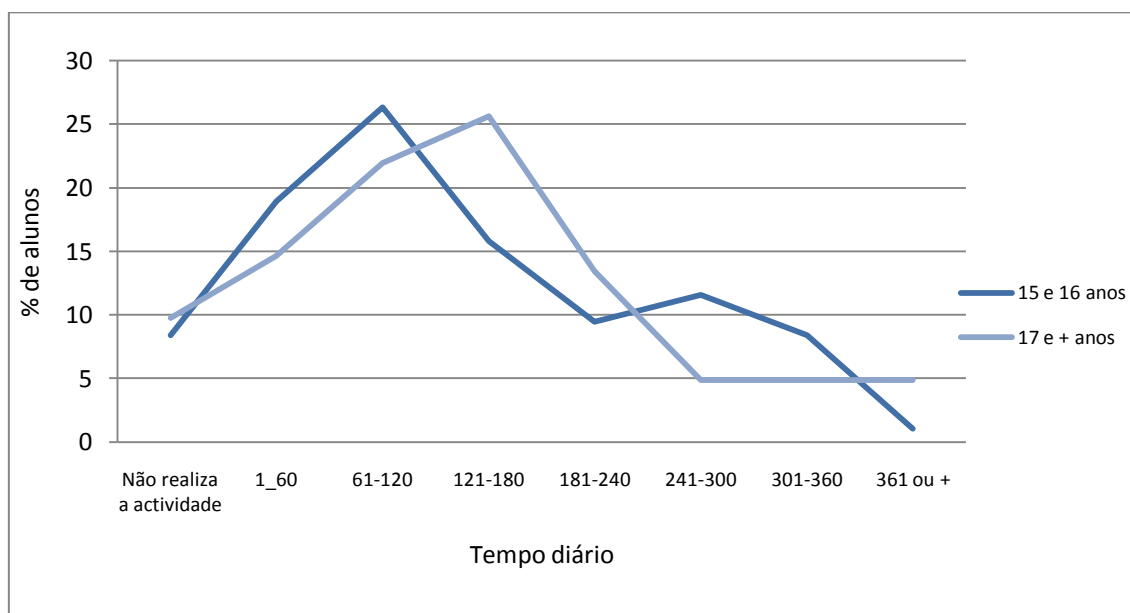


Fig. 36 Tempo que os alunos inquiridos dedicam ver televisão ao domingo por idades

Para a actividade *estudar/realizar os trabalhos de casa* destacam-se dois grandes grupos: o primeiro associado aos alunos que não realizam a actividade: 35,8% para a faixa dos 15-16 anos e 34,1% para os restantes e o segundo relativamente aos alunos que o fazem menos de uma hora, cujas percentagens assentam nos 38,9% para o grupo dos 15-16 anos de idade e 36,6% para os alunos com 17 e + anos.

De acordo com o que se observou nas tabelas anteriores a actividade *ler* apresenta mais uma vez números elevadíssimos no grupo dos alunos que não realizam a actividade, quer no conjunto dos inquiridos com 15 e 16 anos de idade (56,8%), como no grupo dos que têm 17 e + anos (59,8%). Pelo contrário, ao maior parte do restante conjunto de alunos referiu ler menos de uma hora ao domingo (27,4% para a faixa dos 15-16 anos e 30,5% para a fatia dos 17 e + anos de idade).

Também com percentagens elevadas está o grupo de alunos que não pratica desporto ao domingo (uma média de quase 65% para cada um dos grupos etários), no entanto uma pequena parte refere praticar menos de uma hora de desporto ao domingo, dividindo-se as percentagens em 28,4% para o grupo dos 15-16 anos de idade e 24,4% para os restantes alunos.

Com a mesma propensão apresenta-se a actividade *realização de tarefas domésticas*, sendo que 46,3% dos alunos com 15 e 16 anos e 58,5% com 17 e + anos de idade referem não realizarem este tipo de actividades ao domingo. De salientar ainda que 40% dos alunos com 15-16 anos e 31,7% com 17 e + anos referiu realizar menos de uma hora de tarefas domésticas ao domingo.

Relativamente às *saídas com os amigos* torna-se importante salientar o grupo 1-60 minutos cujos alunos referiram sair menos de uma hora ao domingo (22,1% para os que têm 15-16 anos e 24,4% para os que têm 17 e + anos de idade). A acrescer a este panorama importa referir que um maior grupo refere não realizar este tipo de actividades ao domingo, nomeadamente 38,9% e 37,8% para os que têm 15 e 16 anos e 17 e + anos de idade, respectivamente.

Por último e também com taxas elevadas surge a actividade *jogar computador/navegar na internet*, actividade que aparece com destaque nos períodos 1-60 minutos e 61-120 minutos para ambos os grupos: no conjunto dos 15-16 anos (com 24,4% e 23,2%) e no grupo dos 17 e + anos de idade (com 19,5% e 26,8%, respectivamente).

3. Tipo de programas visualizados

Outro aspecto importante a destacar é o tipo de programação que os alunos vêem, a figura 37 dá-nos uma imagem do género de programas que os inquiridos visualizam no seu dia-a-dia, agrupando o tipo de programas por categorias: *filmes*, *séries estrangeiras*, *telenovelas*, *desenhos animados*, *programas de desporto*, *programas de informação* e *programas educativos*.

De acordo com a os dados recolhidos, podemos observar que o género de programa que mais inquiridos vê pertence à categoria dos *filmes* (96% dos alunos vêem este tipo de programa contrastando com a pequena fatia de 3,38% que não vêem).

As séries estrangeiras são outra das categorias mais referidas, 88,1% da amostra vê programação desta categoria, sendo que apenas 11,8% não vêem.

Na categoria das telenovelas é possível observar que a maior parte da amostra não vê este tipo de programação, pois os valores contrastam com a fatia que vê *telenovelas* em 42,37% para 57,63%.

A categoria dos *desenhos animados* apresenta um contraste muito ténue, pois os 54,8% de inquiridos que vêem este tipo de programação contrasta fortemente com os 45,2% que não vêem animações.

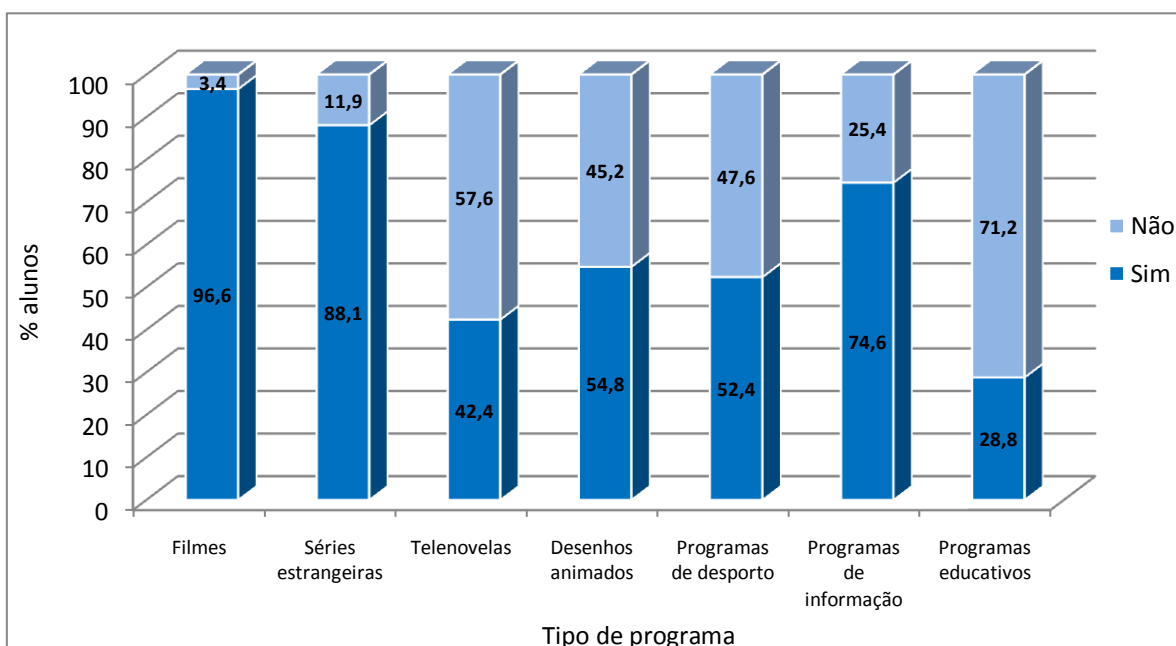


Fig. 37 Tipo de programa mais visto

Também na categoria dos programas de *desporto* a diferença é bastante débil, pois 51,4% dos alunos vê programação de cariz desportivo e 48,59% não tem por hábito visualizar programas de desporto.

Relativamente aos programas de informação é enorme o peso dos que vêem (74,58%), do lado oposto, 25,42% referem nunca ver este tipo de programação.

A última categoria corresponde ao grupo dos *programas educativos*, nesta classe reina o grupo dos inquiridos que não vê programação educativa com um valor de 71,18%, ao contrário dos alunos que vêem este tipo de programas, cujo valor corresponde a 28,81%.

Se observarmos o tipo de programa mais visto pelos inquiridos por género podemos observar que os valores são bastante reveladores, podendo estes ser observados no Quadro XIII.

QUADRO XIII

Tipo de programa visualizado por género

Género		FILMES	SÉRIES ESTRANGEIRAS	TELENOVELAS	DESENHOS ANIMADOS	DESPORTO	TELEJORNAL/ INFORMAÇÃO	PROGRAMAS EDUCATIVOS
M	Sim	93,3%	88,3%	21,7%	60%	81,7%	71,7%	20%
	Não	6,7%	11,7%	78,3%	40%	18,3%	28,3%	80%
F	Sim	97,4%	88,9%	53%	52,1%	35,9%	76,1%	33,3%
	Não	2,6%	11,1%	47%	47,9%	64,1%	23,9%	66,7%

De acordo com o quadro podemos observar que a maior parte os elementos do género masculino (93,3%) visualizam filmes, seguindo-se as séries estrangeiras (88,3%) e programas de cariz desportivo (81,7%). Do género de programas menos visualizados pela amostra masculina sobressai com 80% a programação educativa, as telenovelas (com um valor correspondente a 78,3%) e os desenhos animados (com um valor equivalente a 40%).

Relativamente ao género feminino podemos observar, tal como se observou no caso anterior, que se destaca com uma percentagem de 97,4% a visualização de filmes, a visualização de séries estrangeiras (88,9%) e por último, a visualização de programas de cariz informativo com um valor correspondente a 76,1%. Do grupo de programas menos visualizados pela população do género feminino ganham destaque com 66,7% a programação de cariz educativo, com 64,1% os programas de cariz desportivo e com 47,9% os desenhos animados.

Em seguida, e no Quadro XIV, estão apresentados o género de programa mais visualizado por idade, onde podemos observar que para a faixa etária dos 15 e 16 anos de idade o tipo de programa mais visualizado assenta no género dos filmes (com um valor

correspondente a 96,8%), em segundo lugar destacam-se as séries estrangeiras (com 90,5%) e programas de cariz informativo com 70,5%.

Nos inquiridos com 17 e + anos de idade podemos observar que os resultados são semelhantes pois destacam-se os mesmos géneros televisivos, mudando apenas as percentagens. Assim temos os filmes com um valor correspondente a 95,1%), em segundo lugar as séries estrangeiras (com 86,6%) e programas de cariz informativo com 79,3%.

QUADRO XIV

Tipo de programa visualizado por idade

Idade		FILMES	SÉRIES ESTRANGEIRAS	TELENOVELAS	DESENHOS ANIMADOS	DESPORTO	TELEJORNAL/ INFORMAÇÃO	PROGRAMAS EDUCATIVOS
15 e 16	Sim	96,8%	90,5%	51,5%	52,6%	43,2%	70,5%	35,8%
	Não	3,2%	9,5%	48,5%	47,4%	56,8%	29,5%	64,2%
17 e +	Sim	95,1%	86,6%	31,7%	57,3%	61%	79,3%	74,4%
	Não	4,9%	13,4%	68,3%	42,7%	39%	20,7%	25,6%

Relativamente aos programas não visualizados destacam-se, para o grupo dos 15-16 anos os programas educativos com 64,2%, de desporto com 56,8% e as telenovelas com 48,5%. No grupo dos 17 e + anos de idade os resultados não se revelaram assim tão diferentes, à primeira vista podemos concluir que os programas de cariz educativo não são grande preferência, pois 25,6% os alunos assinalaram não ver programas educativos, as telenovelas foram também referidas (68,3%), bem como os desenhos animados (42,7%).

4. Canais mais vistos

Antes de uma abordagem mais específica dos programas mais vistos, tornou-se necessário analisar quais os canais mais vistos pelos inquiridos, pelo que foi elaborado o Quadro XV, que representa a totalidade de canais enumerados pelos alunos pela ordem de preferência destes. No quadro, encontram-se canais nacionais e estrangeiros e que passam tanto na grelha nacional como na televisão por cabo. Este conjunto de questões não foi respondido pela totalidade dos alunos inquiridos, sendo que: à questão *canal que mais vês em 1ª lugar?* – responderam apenas 95,2% dos inquiridos, à questão *canal que mais vês em 2ª lugar?* -

responderam 87% dos alunos e à questão *canal que mais vêem em 3ª lugar?* - responderam 81,3% dos inquiridos.

QUADRO XV
Canal mais visto pela amostra (em 1º, 2º e 3º lugar)

1º LUGAR		2º LUGAR		3º LUGAR	
CANAL	%	CANAL	%	CANAL	%
<i>Fox</i>	21,5	<i>SIC</i>	23,2	<i>RTP2</i>	10,2
<i>SIC</i>	14,7	<i>TVI</i>	11,3	<i>TVI</i>	10,2
<i>TVI</i>	14,7	<i>Fox Life</i>	9,0	<i>SIC</i>	7,3
<i>MTV</i>	9,6	<i>Fox</i>	8,5	<i>MTV</i>	7,3
<i>Fox Life</i>	9,0	<i>MTV</i>	7,3	<i>RTP1</i>	6,2
<i>SPORTTV1</i>	6,2	<i>SIC Radical</i>	6,2	<i>Fox Life</i>	5,1
<i>AXN</i>	4,5	<i>RTP1</i>	5,6	<i>Fox</i>	5,1
<i>Discovery Channel</i>	3,4	<i>SportTV 1</i>	4,0	<i>Disney Channel</i>	4,0
<i>VH1</i>	2,3	<i>SIC Mulher</i>	2,3	<i>Fox Life</i>	4,0
<i>SIC Radical</i>	2,3	<i>VH1</i>	1,7	<i>SIC Radical</i>	3,4
<i>Fox Crime</i>	1,7	<i>Discovery Channel</i>	1,7	<i>VH1</i>	2,8
<i>RTP2</i>	1,1	<i>RTP2</i>	1,1	<i>Sony</i>	2,3
<i>RTP1</i>	0,6	<i>HVR</i>	1,1	<i>Eurosport</i>	1,7
<i>TV CINE</i>	0,6	<i>Fox crime</i>	1,1	<i>Entertainment!</i>	1,7
<i>MCM</i>	0,6	<i>Playboy</i>	0,6	<i>TF1</i>	1,1
<i>Disney Channel</i>	0,6	<i>Entertainment!</i>	0,6	<i>MCM</i>	1,1
<i>Eurosport</i>	0,6	<i>Hollywood</i>	0,6	<i>Odisseia</i>	1,1
<i>Extreme Channel</i>	0,6	<i>ESPN</i>	0,6	<i>Fox Crime</i>	1,1
<i>Hollywood</i>	0,6	<i>Fashion TV</i>	0,6	<i>Odisseia</i>	1,1
TOTAL	95,2%	TOTAL	87%	<i>Canal História</i>	1,1
				<i>Sic Mulher</i>	0,6
				<i>SIC Kids</i>	0,6
				<i>People and Arts</i>	0,6
				<i>National Geographic</i>	0,6
				<i>Canal Panda</i>	0,6
				TOTAL	81,3%

Para uma melhor leitura desta variável, foi elaborada a representação gráfica 38, que retrata os três canais mais vistos pelos inquiridos. De acordo com a análise, é possível verificar que o que mais alunos gostam de ver no seu quotidiano é um canal privado que passa no serviço cabo/satélite. O *Fox* aparece com uma média de 20,9% sendo o canal de televisão que mais alunos gostam de ver, seguindo-se e ao mesmo nível dois canais nacionais a *SIC* e a *TVI*, com uma média de visualização de 14,7%. Estes dois últimos canais aparecem novamente em destaque como o segundo canal que os alunos mais gostam de ver. Com uma média de 23,2% a

SIC aparece no topo deste patamar, seguida pela *TVI* (com uma média de 11,3%) e do *Fox Life* com uma percentagem que assenta nos 9%. Por último, e observando o terceiro canal que os inquiridos mais gostam de ver, destacam-se a *RTP2* e a *TVI*, ambos com uma média de 10,2% e a *SIC* e o *MTV*, os dois com um valor que corresponde a 7,3% da amostra.

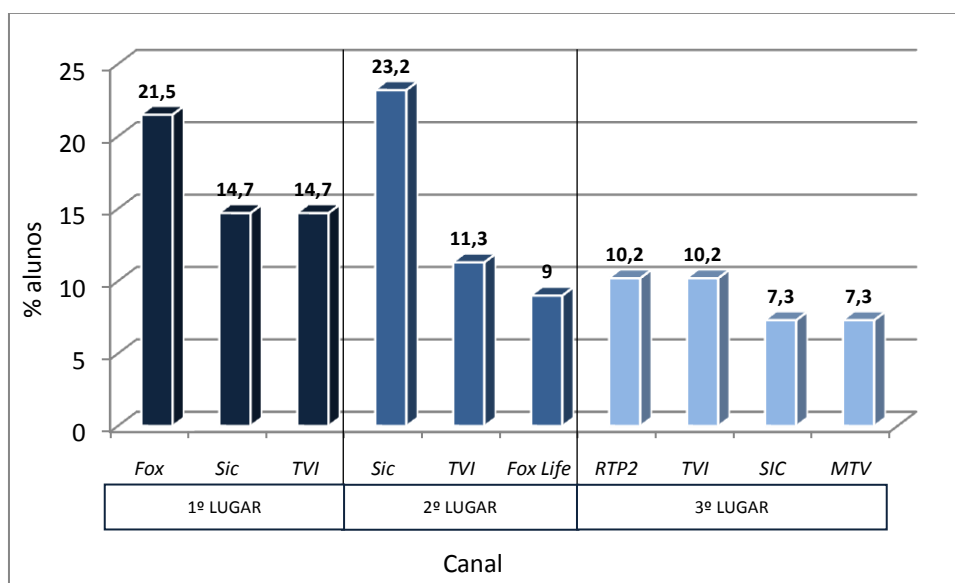


Fig. 38 Canal mais visualizado em 1º, 2º e 3º lugar pela população inquirida.

Se analisarmos a programação mais vista pela amostra por género podemos observar que existem bastantes disparidades relativamente aos canais mais visualizados.

De acordo com a figura 39 podemos observar que o canal mais referido pelo género masculino foi o *Fox*, tendo sido nomeado por 35% dos rapazes. Seguem-se depois canais como a *SportTV*, referido 16,7% e a *SIC* (11,7% do género masculino).

Do lado feminino, o canal que se destacou foi a *TVI* (com 17,9%), seguiu-se o canal *Fox* com 14,5% e mais três com igual número de referências: *SIC*, *MTV* e *Fox Life*, todos referidos por 12,8% das raparigas.

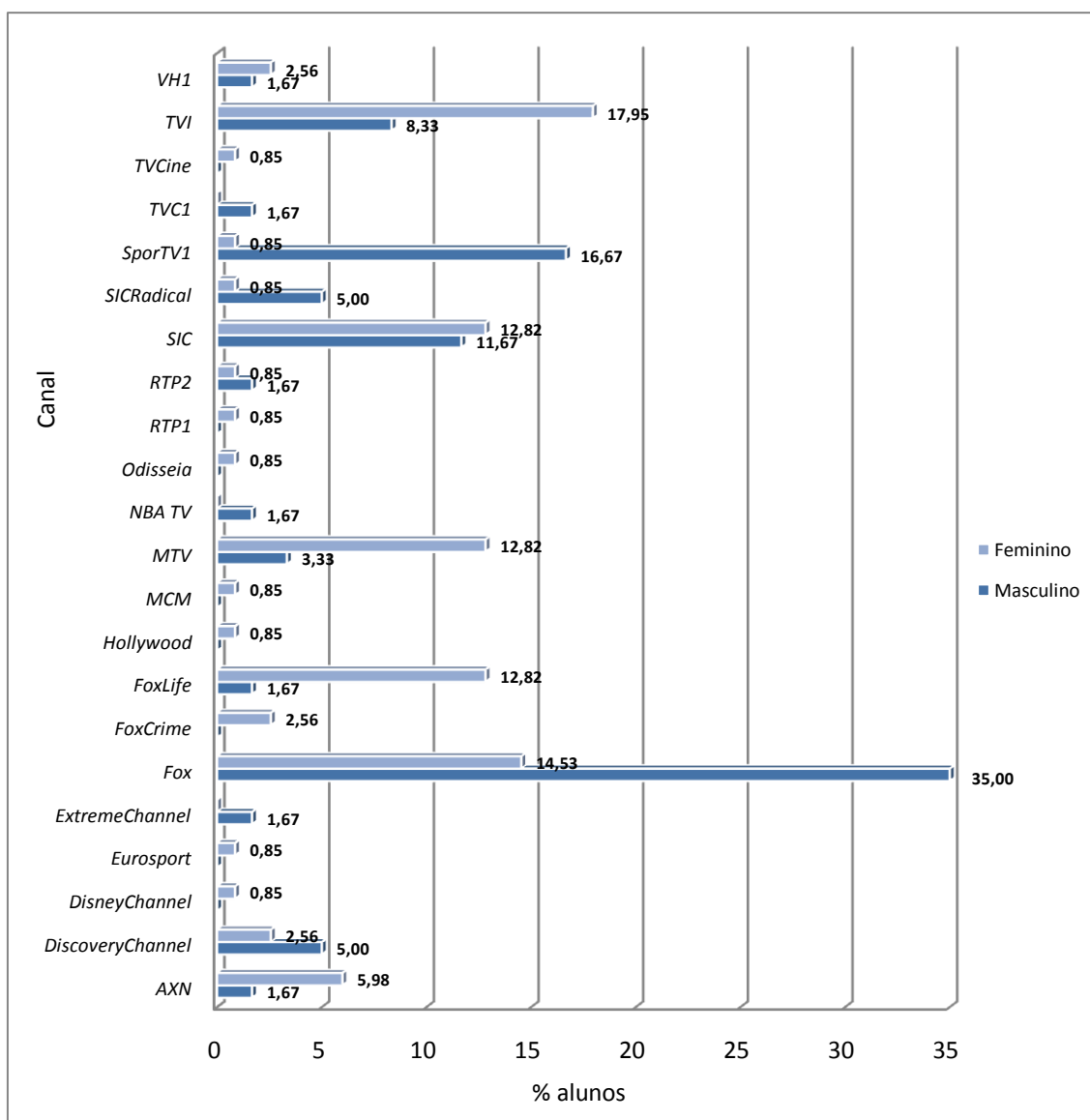


Fig. 39 Canal mais visualizado em 1º lugar pela população inquirida por género

A fig. 40 representa os valores referentes ao canal mais visualizado em segundo lugar, sendo que nela podemos observar, tal como no caso anterior, dados bastante díspares. Os rapazes escolheram em primeiro lugar o canal *SIC Radical* (15%), seguiu-se o *Fox* com 11,7%) e o desportivo *SportTV*(10%).

Do lado das raparigas mereceu destaque os nacionais *SIC* e *TVI* (com 17,9 e 12,8% das escolhas, respectivamente) e os privados *MTV* e *Fox Life*, ambos com 9,4%.

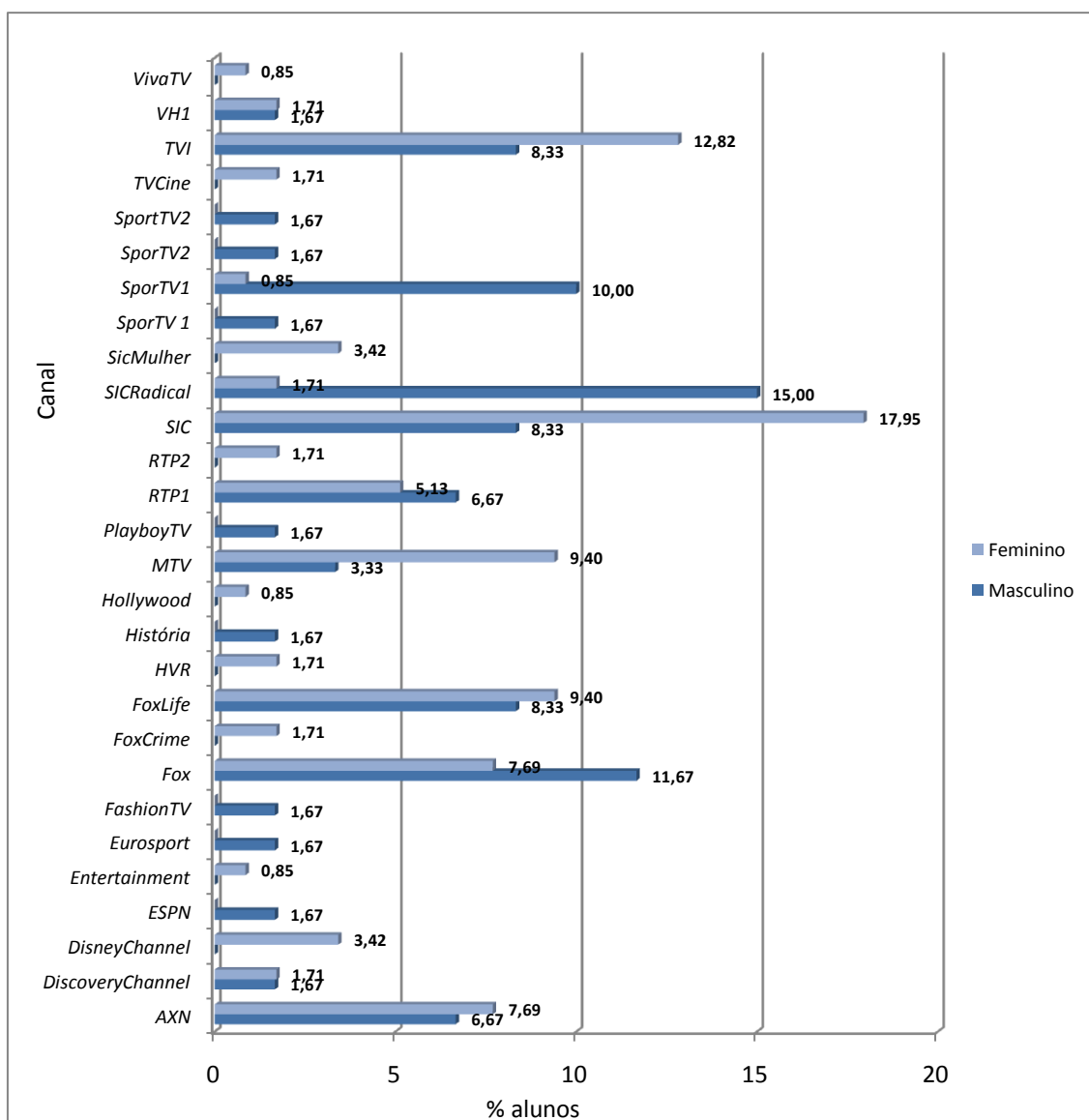


Fig. 40 Canal mais visualizado em 2º lugar pela população inquirida por género

O último gráfico do gupo (fig.41) representa o canal que os alunos mais visualizam em terceiro lugar e destaca para o género masculino o canal *TVI* (15%), o *Fox* (8,3%) e a *RTP1* (com o equivalente a 6,7% da fatia masculina). Para o género feminino destaca-se a *RTP1* (escolhida por 13,7% das raparigas), o *MTV* (com 8,5%) e em terceiro lugar a *TVI* e o *AXN* com o equivalente a 7,7% da amostra feminina.

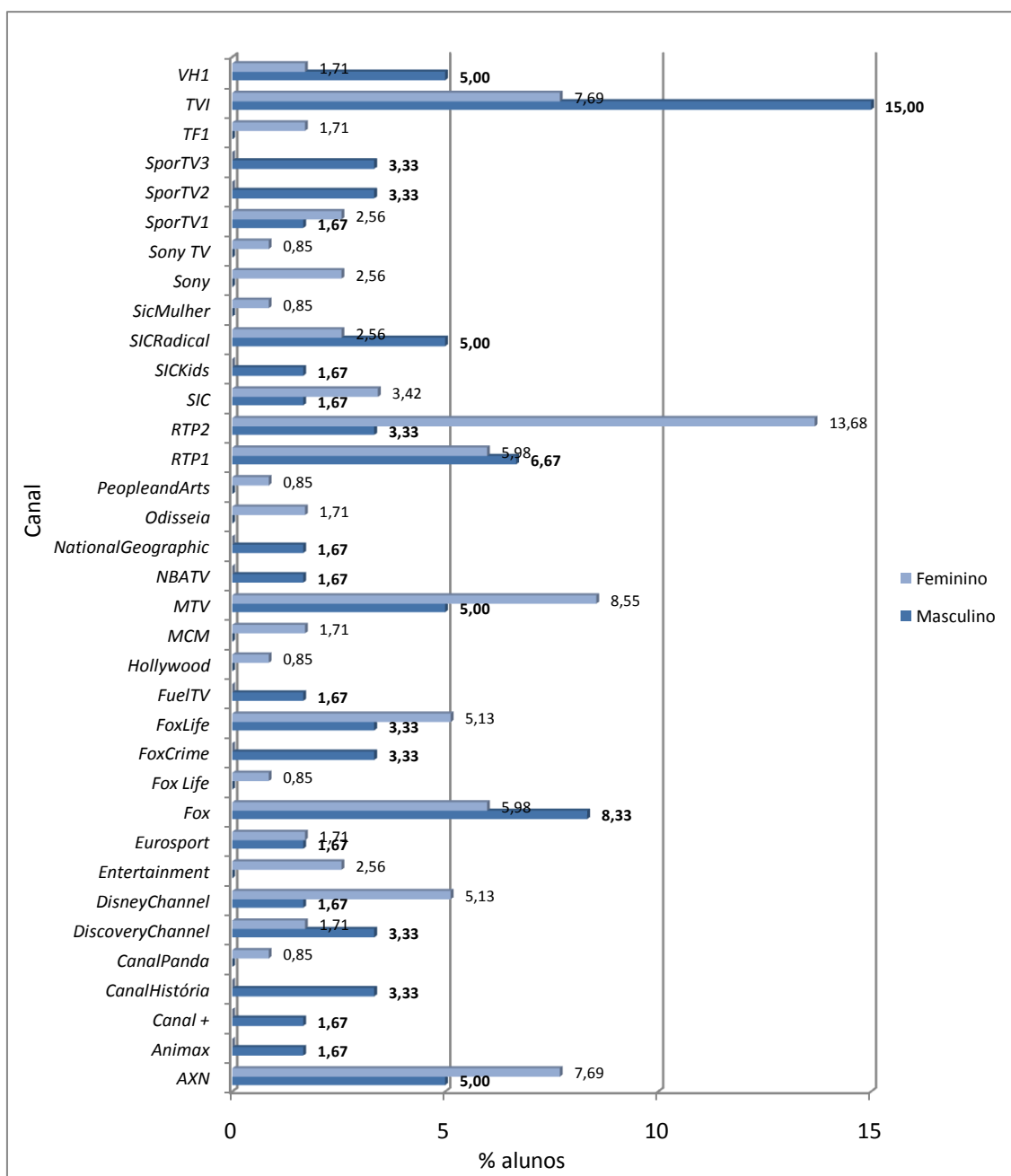


Fig. 41 Canal mais visualizado em 3º lugar pela população inquirida por género

Outra das variáveis cuja intensidade interessa avaliar assenta na relação entre o canal mais visualizado e as idades que o vêem, por outras palavras, interessa descobrir qual o canal que mais se vê em cada grupo de idades.

Assim, aparece o conjunto seguinte de gráficos representativo da relação entre os canais mais vistos (em 1º, 2º e 3º lugar) e as respectivas idades.

Perante a observação do conjunto de histogramas é possível verificar que não existe grande diferença entre os canais mais vistos e as diferentes faixas etárias. Como se pode observar, no primeiro gráfico (fig. 42) é possível verificar que o canal mais visto pelos dois grupos de idades é o *Fox*, tendo sido referido 20,9% na faixa dos 15-16 anos e 13,1% no grupo dos 17 e + anos.

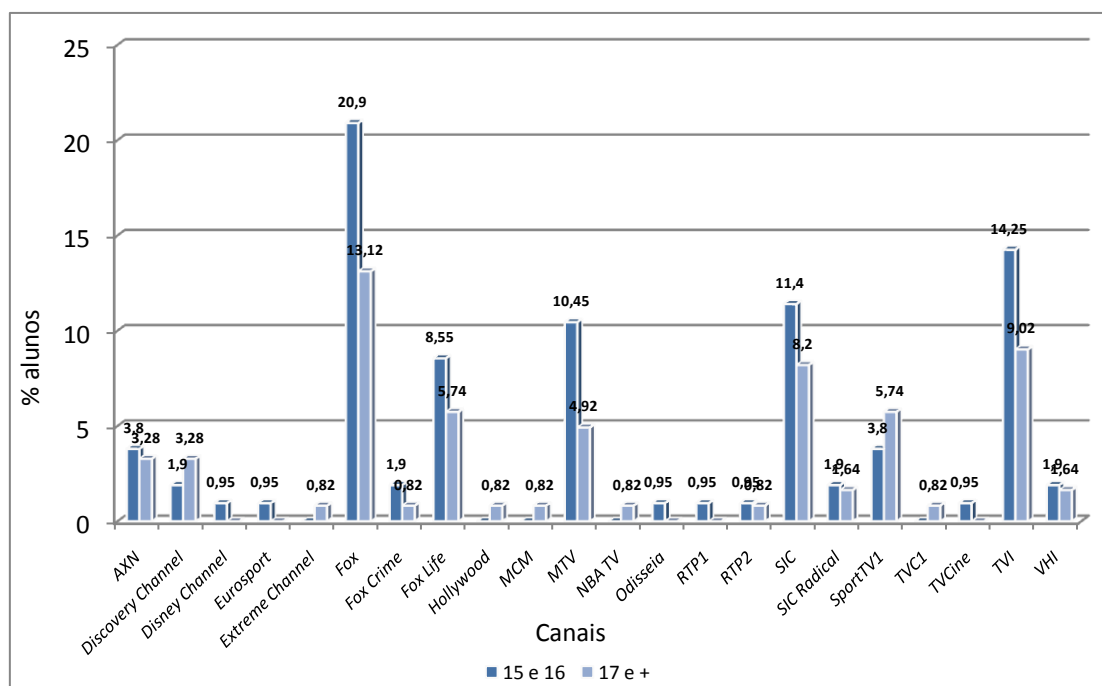


Fig. 42 Canal mais visualizado em 1º lugar pela população inquirida por idades

Na figura 43 ambos os grupos etários escolheram o canal nacional *SIC*, assentando os valores em 14,3% para o grupo dos 15-16 e 9% para o dos 17 e + anos de idade.

No último histograma do grupo (fig. 44) a tendência mantém-se, no entanto para o grupo dos 15-16 anos realça-se a *RTP2* com 11,4%, enquanto que para o grupo dos 17 e + anos se destacam o *Fox* e a *TVI* com 6,5% da amostra.

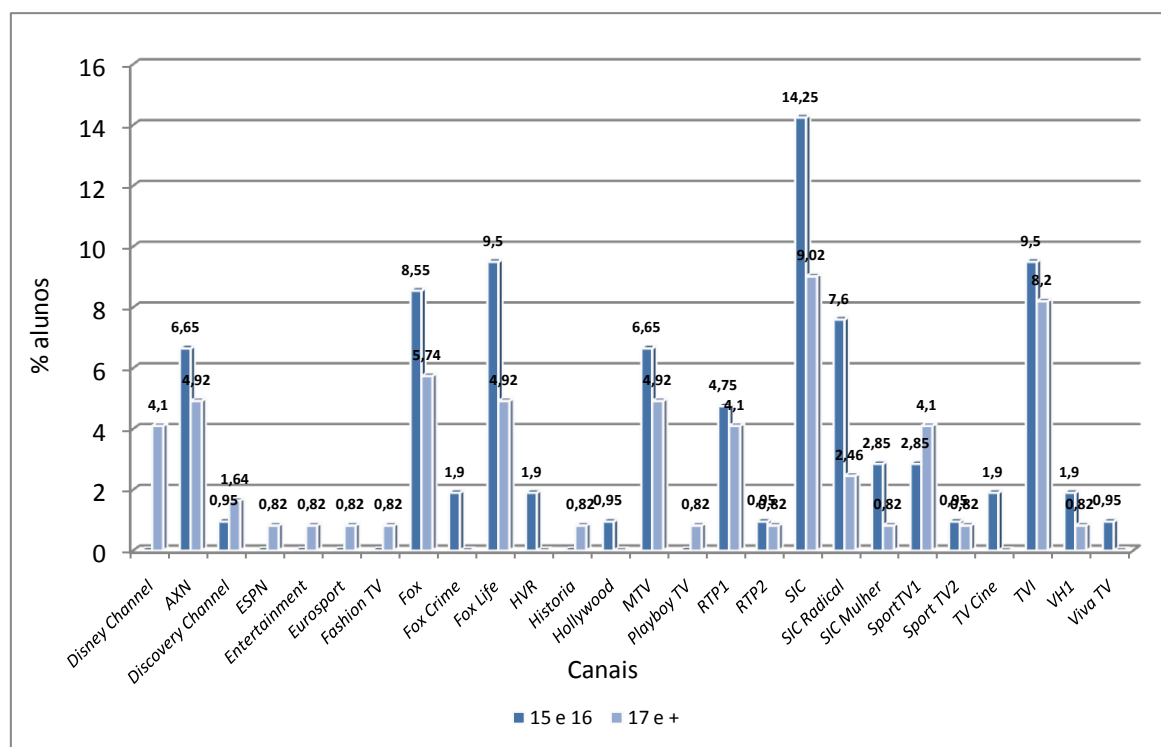


Fig. 43 Canal mais visualizado em 2º lugar pela população inquirida por idades

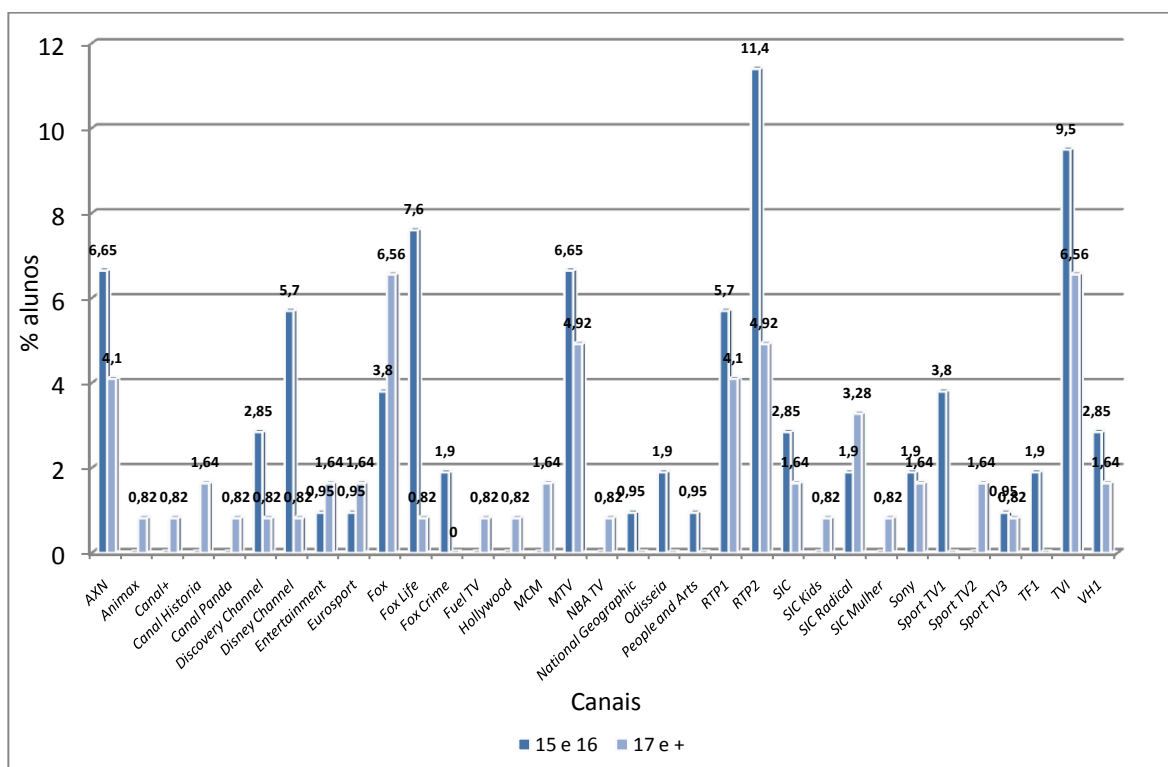


Fig. 44 Canal mais visualizado em 3º lugar pela população inquirida por idades

A análise das respostas dadas à questão “Que tipo de canal mais gostas de ver?”, representadas no conjunto de representações gráficas anterior levou a que se efectuasse uma pesquisa mais aprofundada desta problemática. E porque o privado *Fox* foi o canal mais referido pelos adolescentes foi realizada uma entrevista a Gonçalo Moura, responsável pela programação do canal.

Neste contexto, foram colocadas em primeiro lugar duas questões essenciais: por um lado, se esperavam resultados como o observado no inquérito e, por outro, qual “o segredo” que levará tantos jovens a visualizar o canal.

Apesar de a direcção do canal não se ter mostrado surpreendida pela elevada escolha do canal *Fox* por parte dos alunos, Gonçalo Moura referiu que o tipo de amostra “vai de encontro do perfil de consumo do canal, cuja faixa etária 15-24 anos tem um peso considerável e relativamente maioritário no total da audiência do canal”, por outro lado e relativamente ao motivo pelo qual tantos alunos vêem este canal o responsável pela programação salientou “não só a qualidade como também as características inerentes aos produtos seleccionados para serem emitidos no canal”. Gonçalo Moura destacou ainda que “os géneros, as histórias, os guiões, as temáticas e as personagens das séries que escolhem contribuirão fortemente para tornar os seus produtos mais atractivos para a faixa etária em questão”.

A última questão assentou num tema já atrás abordado por outros autores e prendeu-se com as consequências da concorrência e a sobreposição deste fenómeno à qualidade da televisão portuguesa. Sobre este tema, Gonçalo Moura salientou que, apesar se não serem áreas da sua especialidade e ser complicado emitir juízos de valor a programação portuguesa, nomeadamente, a produção nacional, “o factor audiências e o fenómeno concorrência estão na base do êxito de qualquer indústria competitiva como é a da comunicação em geral e a da televisão em particular”, sendo por isso “natural que esteja na base de muitas (senão mesmo de todas) as decisões que se tomam em televisão (...) isto sem entrar em valorações sobre a qualidade dos produtos”.

5. Programas mais vistos

Neste ponto foi analisado o tipo de programa mais visto pela população inquirida (fig. 45) e apesar de os resultados serem bastante diversificados foi possível verificar algumas semelhanças. Assim, perante a questão sobre que programa televisivo

mais gosta de ver em primeiro lugar destaca-se a série animada americana *The Simpsons*⁹⁹, que passa actualmente no canal “Fox” e no canal nacional “RTP2”, com um valor percentual de 7,3%. Em segundo lugar, o programa de destaque assenta na série televisiva *Grey's Anatomy*¹⁰⁰, cuja percentagem corresponde a 6,21 %. O último programa deste grupo corresponde à série nacional *Morangos com Açúcar*¹⁰¹, cujo valor correspondente assenta nos 5%.

Relativamente aos programas mais vistos escolhidos em segundo lugar surge novamente, e com uma percentagem de 4,5%, a série *Grey's Anatomy*, a série *CSI - Crime Scene Investigation*¹⁰², com um valor de 4% e programas associados à prática desportiva de futebol, com uma percentagem de 3,4%.

No último grupo de programas as escolhas da amostra recaíram em mais uma série americana – *Dr. House*¹⁰³ com uma percentagem de 4%, com 3,4% *The Simpsons* e *CSI*.

Para finalizar este grupo temos como terceira e última escolha a visualização de filmes variados por parte dos inquiridos, com um valor percentual de 2,8%.

⁹⁹ A série *The Simpsons* ou *Os Simpsons* são uma série animada americana, criada por Matt Groening para o canal Fox, a série traduz uma sátira do estilo de vida de uma típica família de classe média americana. Os principais personagens, os cinco elementos da família são Homer Simpson, Marjorie “Marge” Simpson, Bartholomey “Bart” Simpson, Elisabeth “Lisa” Simpson e Margareth “Maggie” Simpson vivem na cidade de Springfield. A série estreou em Dezembro de 1989, o programa já vai na sua 20ª temporada, não havendo para já prognósticos para acabar. De realçar o facto de as séries existirem também em DVD e de haver também um filme no cinema. Realce-se que a série tem a assinatura de Matt Groening, tendo James L. Brooks, Sam Simon e Tim LongMatt Selmon como produtores executivos e a produção continua a cargo da 20th Century Fox Television. Extraído e adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/The_Simpsons, acedido em 17/05/10.

¹⁰⁰ A série *Grey's Anatomy* ou *Anatomia de Grey* é uma série norte americana exibida em Portugal nos canais Fox Life e RTP2, a série que foi transmitida pela primeira vez nos Estados Unidos em 2005 retrata um drama em que o personagem principal Meredith Grey, médica residente no fictício hospital cirúrgico Seattle Grace, na cidade de Seattle em Washington. Para além das dificuldades que passam no trabalho, a série mostra as peripécias amorosas da vida da personagem principal e dos seus colegas, Cristina, Izzie, George e Alex. Extraído e adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Grey%27s_Anatomy, acedido em 17/05/10 e de <http://www.fox.pt/os-simpson>, acedido em 24/05/10.

¹⁰¹ A série nacional *Morangos com Açúcar*, é transmitida pela TVI desde 2003, da autoria da “Casa da Criação” a série é também transmitida em países como a Roménia ou a Síria. Actualmente na sua sétima temporada e distinguida com vários prémios, a série tem sido defendida pelas suas características formativas. Extraído e adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Morangos_com_A%C3%A7%C3%BAcar, acedido em 17/05/10.

¹⁰² A série *CSI: Crime Scene Investigation* ou em Portugal *CSI: Crime sob Investigação* é uma série americana que se centra nas investigações de um grupo de cientistas forenses do departamento de criminalística da polícia de Las Vegas, Nevada. Existem ainda dois spin-offs da série criada por Anthony E. Zuiker em 2000 e que também passam em Portugal, o “CSI: Miami” e o “CSI: New York”. As séries são actualmente transmitidas pelo canal Fox e pela SIC. Extraído e adaptado de <http://pt.wikipedia.org/wiki/C.S.I.>, acedido em 17/05/10.

¹⁰³ A série *Dr. House* é uma série americana, criada por David Shore e exibida originalmente nos EUA pelo canal Fox. A personagem principal é o Dr. Gregory House (interpretado pelo actor inglês Hugh Laurie), um médico neurologista que se destaca não só pela capacidade de elaborar excelentes diagnósticos, como pelo seu mau humor, pelo seu ceticismo e distanciamento dos pacientes. A acção da série passa-se no Princeton-Plainsboro Teaching Hospital, na cidade de Princeton no estado de New Jersey. Extraído e adaptado de http://pt.wikipedia.org/wiki/House,_M.D., acedido em 13/06/10.

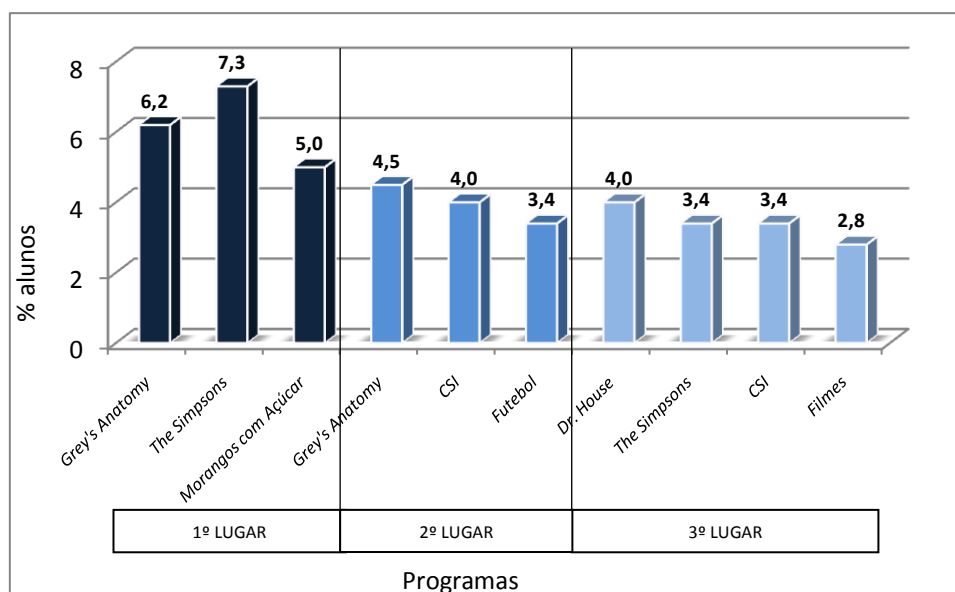


Fig. 45 Programa mais visualizado em 1º, 2º e 3º lugar pela população inquirida

Especificando mais um pouco esta variável, segundo o género e idade, foi elaborado o conjunto seguinte de representações gráficas. Na primeira figura do grupo (fig. 46) que representa o programa mais visualizado (em primeiro lugar) podemos observar que dos três programas referidos dois são bastante vistos pelo público feminino da amostra, são eles ao *Grey's Anatomy* e *Morangos com Açúcar*, com valores de 8,5% e

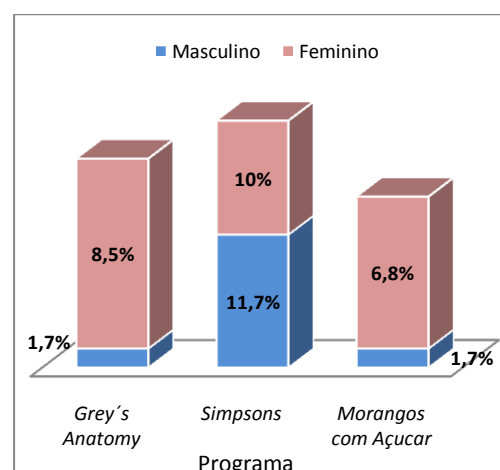


Fig. 46 Programa mais visualizado em 1º lugar pelo total da população inquirida por género

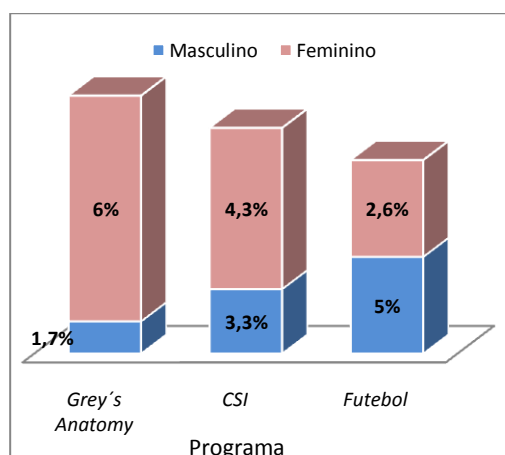


Fig. 47 Programa mais visualizado em 2º lugar pelo total da população inquirida por género

6,8%, respectivamente. Neste gráfico apenas a série *Simpsons* aparece como escolhida pela fatia correspondente ao género masculino, com quase 11,7% dos casos.

Na representação n.º 47, o género feminino destaca-se em pelo menos dois programas (*Grey's Anatomy* e *CSI*) com 6% e

4,3% dos casos, o grupo correspondente ao *futebol* aparece com maior peso para o grupo masculino (tendo sido escolhido por 5% dos rapazes e por 2,6% das raparigas). No último gráfico deste grupo (fig. 48) o género masculino destaca-se nas séries *Dr. House* (6,7% contra 2,6%) e *Simpsons* (8,3% contra 0,9%) e as raparigas na série *CSI* e no grupo dos filmes, com 3,3%.

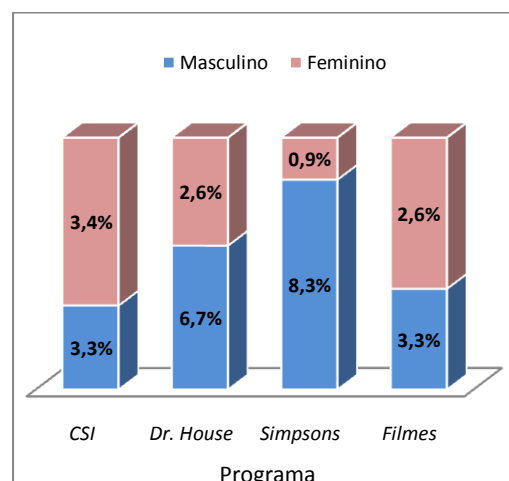


Fig. 48 Programa mais visualizado em 3º lugar pelo total da população inquirida por género

Em função destes dados podemos ver como se define outra variável, a das idades. Neste sentido, foram elaborados os gráficos 49, 50 e 51 que nos mostram os programas mais escolhidos por idade.

Na figura 49 podemos observar que a série animada *Os Simpsons* foi escolhida em maior número pela faixa etária dos 17 e + anos de idade, com 9 referências por esta faixa etária, o equivalente a um valor de 11%, contra cerca de 4,2% (4 vezes referido) relativamente à faixa dos 15-16 anos de idade.

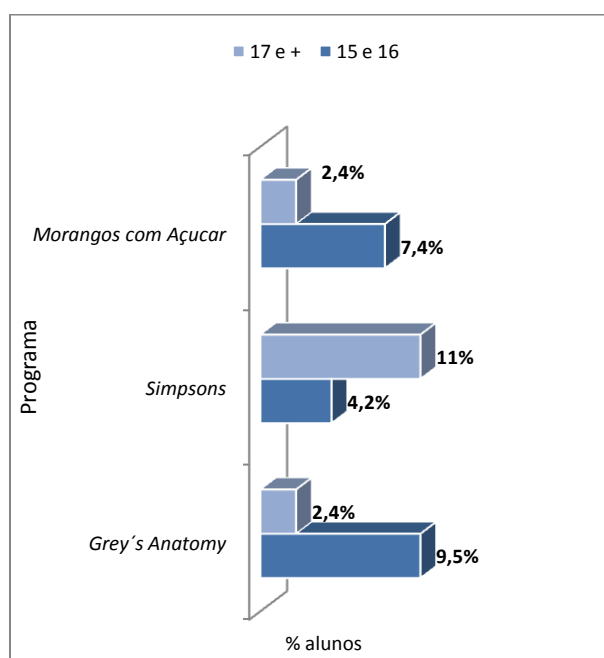


Fig. 49 Programa mais visualizado em 1º lugar pela população inquirida por idade

No segundo gráfico do conjunto (fig. 50), todos os canais mais vistos foram mais escolhidos pela faixa dos 15-16 anos de idade.

No último histograma deste conjunto (fig. 51) volta-se a destacar a série *Os Simpsons*, tendo recaído quase 6,1% das escolhas na faixa etária dos 17 e + anos de idade.

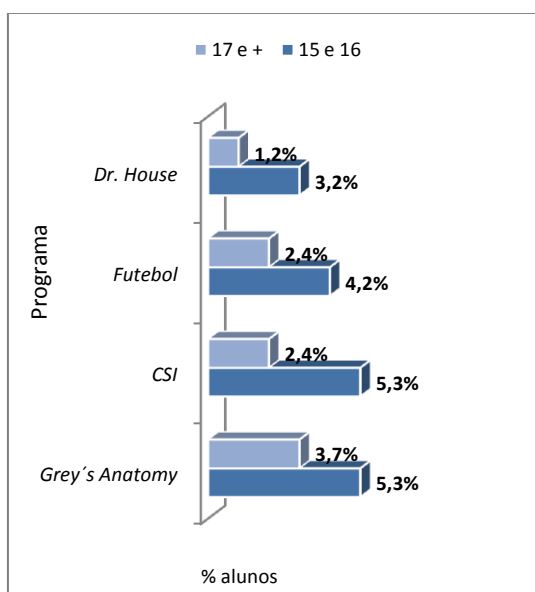


Fig. 50 Programa mais visualizado em 2º lugar pela população inquirida por idade

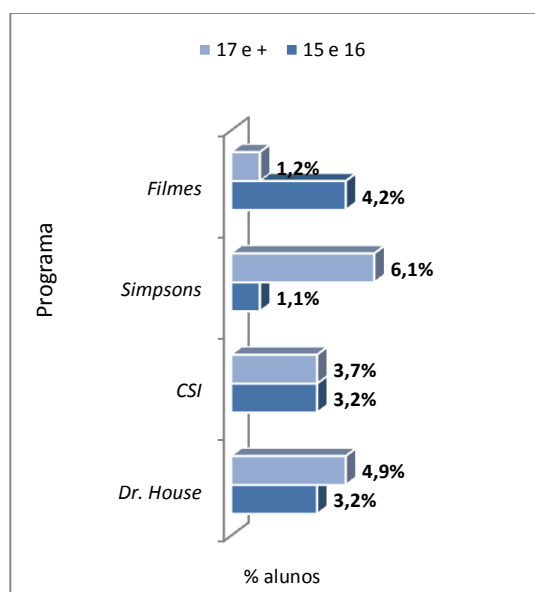


Fig. 51 Programa mais visualizado em 3º lugar pela população inquirida por idade

6. Qualidade da programação

Outra das questões abordadas no inquérito realizado foi a opinião acerca da qualidade da programação dos quatro canais nacionais, podendo esta subdividir-se em: 1- Péssima; 2- Má; 3- Razoável; 4- Boa e 5- Excelente, representação que se poderá verificar pelas figuras 52, 53, 54 e 55.

Assim, e relativamente à classificação atribuída ao canal *RTP1* podemos verificar que a maior parte dos inquiridos (45,2%) atribui como “razoável” a programação transmitida por este canal, 18% atribuem a classificação de “boa” e apenas 3,4% de “excelente”. Por outro lado, é possível verificar que 23,7% dos inquiridos classificam como “má” a programação transmitida por este canal e 10,2% de “péssima.”

Se nos debruçarmos sobre a opinião que recai sobre a *RTP2* podemos observar que a maior parte dos inquiridos (40%) define como “razoável”, 18% como “boa” e apenas “6,8%” como “excelente”, pelo contrário e relativamente às classificações de “péssima” e “má” os valores correspondem a 12,4 e 20,3 valores percentuais, respectivamente.

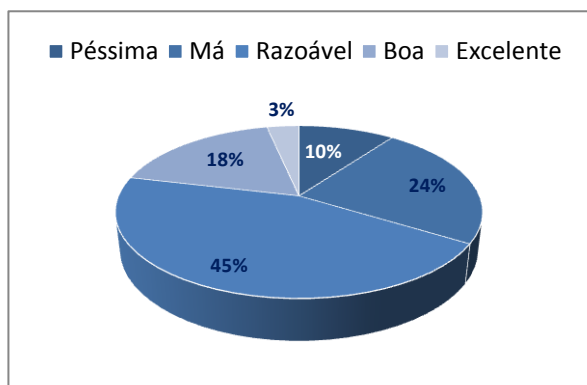


Fig. 52 Opinião acerca da programação transmitida pela RTP1

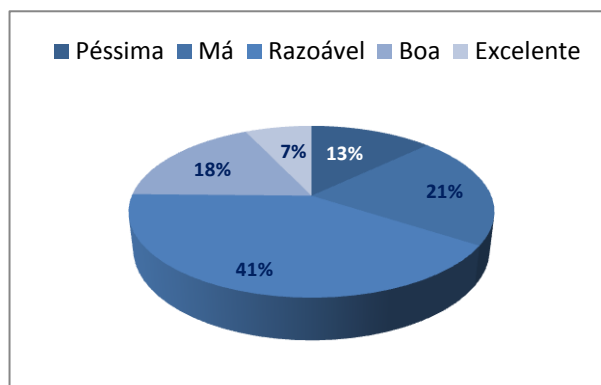


Fig. 53 Opinião acerca da programação transmitida pela RTP2

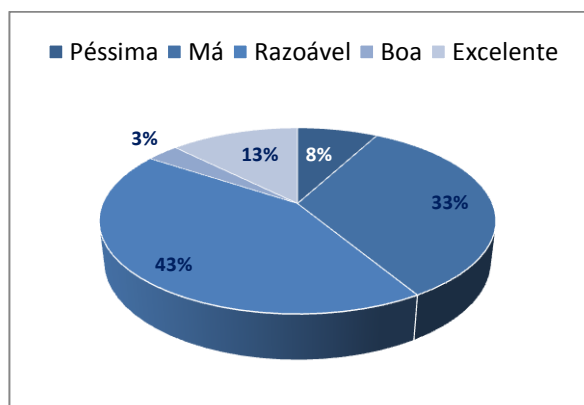


Fig. 54 Opinião acerca da programação transmitida pela SIC

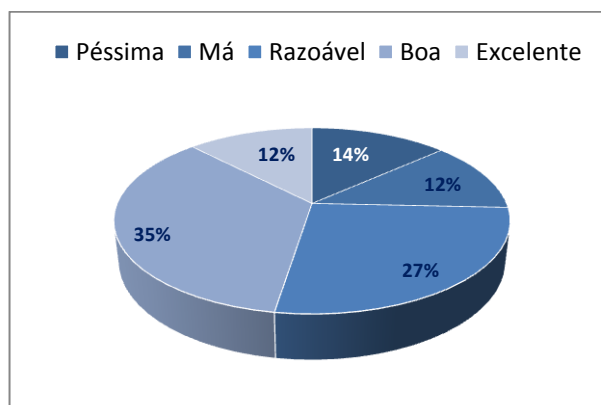


Fig. 55 Opinião acerca da programação transmitida pela TVI

A *S/C* surge como o canal mais classificado de “bom” com um valor respectivo de 46%, relativamente às classificações de “razoável” e “excelente” os valores correspondem a 36,2% e a 3,4%, respectivamente. Se nos debruçarmos acerca da avaliação menos favorável podemos verificar que apenas 6,2% da amostra acha que a programação é “péssima” e 8,5% “má”.

Relativamente ao canal *TVI* podemos observar que a maior parte dos inquiridos (35,6%) o classifica de “bom”, 27,1% de “razoável” e 12,4% de “excelente”, pelo contrário, é possível verificar que apenas 12,4% atribuem a classificação de “má” à programação transmitida por este canal e 13,6% acham que a programação é “péssima” (fig. 56).

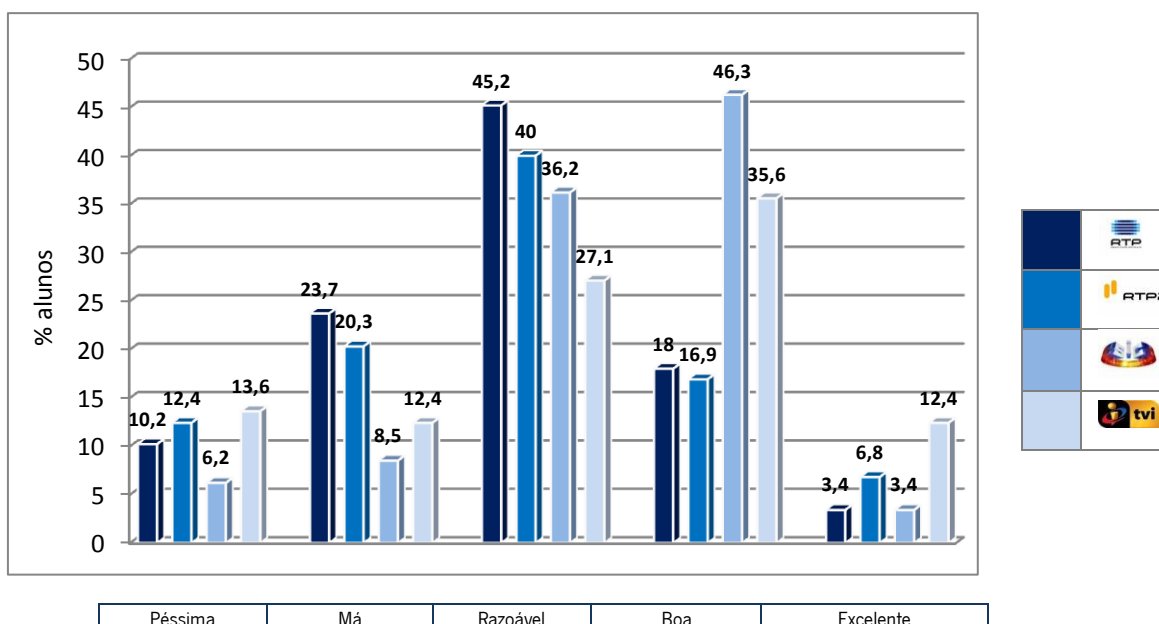


Fig. 56 Análise comparativa da opinião acerca da programação transmitida pelos quatro canais nacionais

7. Programação educativa

Ainda neste âmbito foi analisada a opinião dos alunos acerca da possibilidade de conhecerem canais que transmitem programação educativa (fig. 57) e os resultados foram bastante elucidativos, 93% da amostra participante referiram conhecer canais que transmitem este tipo de programas, por outro lado, apenas 7% assumiram não conhecer canais que transmitem programas educativos.

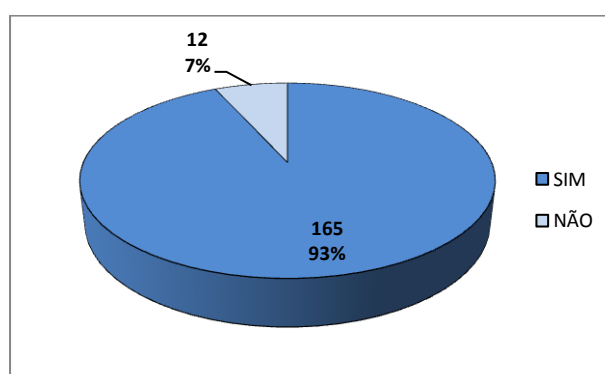


Fig. 57 Opinião dos alunos acerca do conhecimento de canais que transmitem programação educativa

Relativamente ao tipo de canais referidos anteriormente pelos alunos, podemos verificar, através da fig. 58 que o canal mais referido foi, sem dúvida o nacional *RTP2* (com um valor percentual de 37%), seguindo-se com 6,8% o canal *Discovery Channel*.

A *RTP1* e a *SIC* surgem com um semelhante valor de 4,5% e o *Odisseia* com 3,4%. Sem grande destaque, mas por ser um canal nacional importa referir que a *TVI* aparece na base da lista com um valor correspondente a 1,1%.

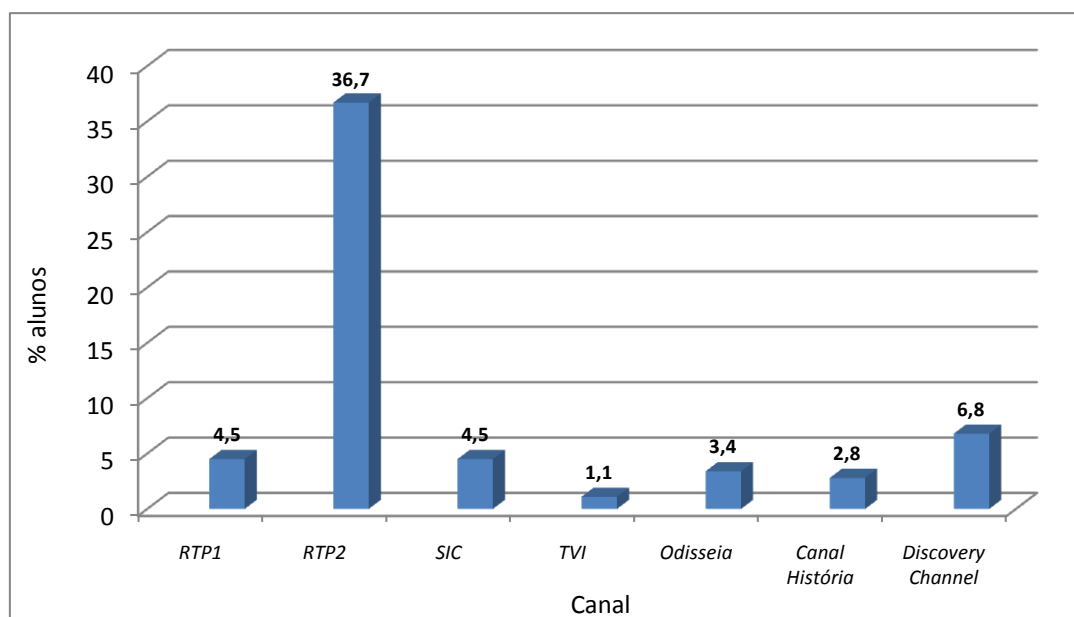


Fig. 58 Canais, que na opinião dos inquiridos transmitem programas educativos

Apesar de ser uma conclusão difícil de quantificar, podemos afirmar que uma grande fatia dos alunos não tem noção do que é a televisão educativa, visto que vários dos canais enumerados pelos alunos não passam qualquer tipo de programa de cariz educativo.

8. Mudanças para a TV

No âmbito do estudo foi elaborada uma última questão, de âmbito mais aberto, para que os inquiridos dessem a opinião acerca das mudanças que fariam nos canais de televisão portugueses. As opiniões revelaram-se bastante díspares pelo que, depois de analisadas, se agrupou cada uma em diferentes grupos, a referir: 1- Passaria mais documentários e séries; 2- Acabaria com os programas que alimentam sectores negativos da sociedade; 3 - Reduziria o n.º de telenovelas; 4 - Não adoptaria programas de entretenimento do estrangeiro; 5 - Transmitiria mais filmes e séries em Português; 6 - Diminuiria o tempo dos intervalos; 7 - Reduziria a publicidade; 8 - Criaria mais canais generalistas; 9 - Não mudaria nada; 10 - Mudaria tudo; 11 - Criaria mais programas educativos.

As respostas foram agrupadas de acordo com o grupo correspondente, dando origem ao gráfico que a seguir se apresenta (fig. 59).

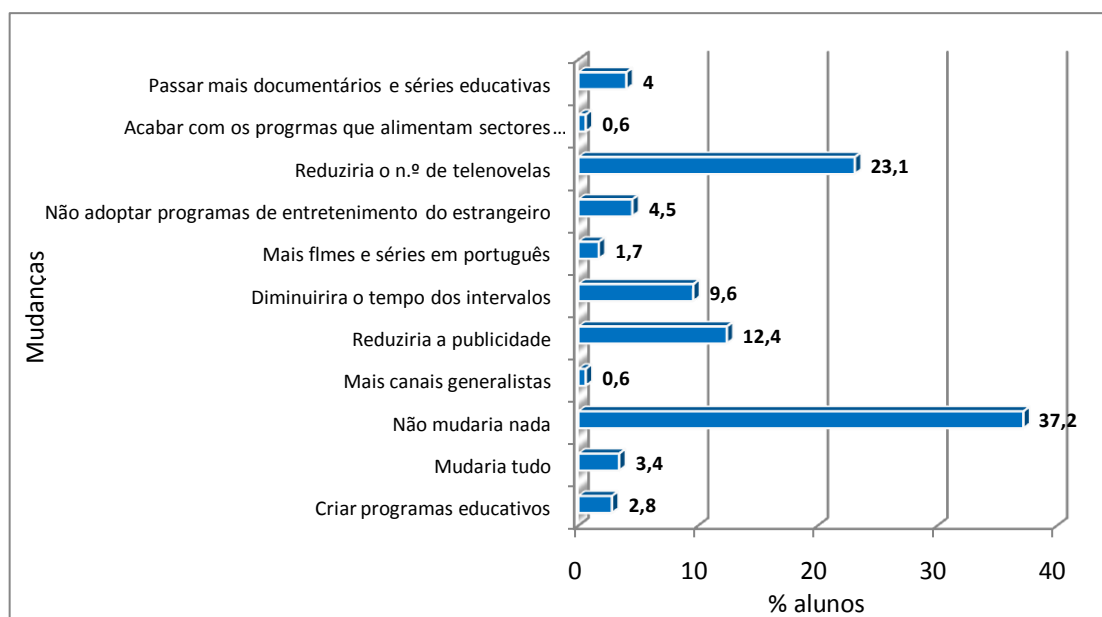


Fig. 59 Opinião geral dos inquiridos acerca do que mudariam na programação dos canais de televisão nacional

Assim, e de acordo com a análise gráfica, podemos observar que a maior parte dos inquiridos se mostrou indiferente (37,2%), assumindo que “não mudaria nada”, no entanto, 23,1% da amostra “reduziria o número de telenovelas” e 12,4% “a publicidade”.

O “tempo dos intervalos” foi outro dos factores mais referidos, assentando numa base percentual de 9,6% e 4,5% da amostra “não adoptaria programas de entretenimento do estrangeiro”. Se analisarmos as alternativas menos referidas, podemos ver que 2,8% “criariam mais programas educativos”, 3,4% da amostra “mudaria tudo”, 1,7% “passaria mais séries e filmes em português”, 0,6% “criariam mais programas generalistas” e outros tantos “acabariam com determinados programas” que alimentam sectores negativos da sociedade.

Estes dados mostram-nos que a maior parte dos alunos se encontra satisfeita ou é indiferente ao actual panorama televisivo nacional. No entanto, estes valores contrastam com os referidos nas variáveis anteriores onde uma parte significativa de alunos classificou como má ou péssima a programação transmitida por alguns canais portugueses.

PARTE IV – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizado este estudo surge a altura de expor as considerações finais, agrupadas em quatro pontos distintos, sintetizam-se em seguida:

1. Foi na década de 40 nos EUA que surgiram as primeiras emissões televisivas, a partir daí, e independentemente dos modelos de produção, a TV adquiriu um estatuto que lhe permitiu tornar-se num meio de comunicação de massas tendo-se propagado a quase todos os países do globo. Também em Portugal a televisão adquiriu um estatuto especial, desde o surgimento da RTP na década de 50 que a televisão ganhou importância e começou aos poucos a entrar nos lares portugueses.

Ninguém tem dúvidas de que a televisão se tornou o meio de comunicação e entretenimento por excelência, prova disso confirma-se pela média de três televisões nos lares dos adolescentes. Contrariamente a algumas ideias, este estudo revela que a maior parte dos jovens não têm televisão no seu quarto de dormir. Dos que têm (49%), observamos que existem diferenças significativas quanto ao género (pois se o maior número de raparigas não tem televisão no quarto, a maior parte dos rapazes admitiu possuir um televisor na divisão da casa onde dormem), oscilando também esta variável com a idade: quanto mais novos os adolescentes menos probabilidades há de possuírem um televisor no quarto, pelo contrário quanta mais idade têm os jovens maior a probabilidade de terem televisão no quarto de dormir.

Sublinhando o carácter comunicacional da televisão, podemos verificar que a sociedade de hoje é uma sociedade de consumo em que a TV é indiscutivelmente a “melhor estratégia de marketing utilizada para a difusão de produtos e ideias” (Capparelli, 1998, cit. por Pacheco, 1998), sendo muitas vezes utilizada como instrumento publicitário para promover diversos tipos de produtos comerciais ou até influenciar a sociedade através da disseminação de determinados idealismos.

Neste sentido, a televisão é muitas vezes rotulada de prejudicial para as crianças (classificadas como seres vulneráveis psicologicamente), levando a que vários autores defendam a “necessidade destas serem protegidas do poder dos media” (Pinto e Pereira, 1998:9). É claro que a TV também funciona como um meio de comunicação que “incita as capacidades imaginárias das crianças tendo por base o carácter lúdico que esta possui” (Adorno e Horkheimer, 1985), fazendo parte desta estratégia os programas educativos, sendo talvez o melhor modelo o programa Rua Sésamo: mostrando ser capaz de ensinar ao mesmo tempo que diverte, numa perspectiva de *edutainment*.

Para além dos factores já enumerados, as estações televisivas dependem também dos recursos económicos, da audiência prevista, da imagem, da oferta da concorrência e a possibilidade de produção ou a aquisição dos conteúdos, por isso, é normal que a televisão educativa não assuma grande interesse por parte da maior parte dos canais, levando a que muitas vezes a televisão seja apenas “um meio de entretenimento, onde, habitualmente, são os programas recreativos e o espectáculo que contam, na maior parte das vezes, com a preferência do grande público” (Missika e Wolton, 1998).

Apesar de existirem opiniões bastante diversas relativamente à legitimidade de conferir às estações televisivas o papel e a responsabilidade de serem agentes educativos (utilizando a televisão como instrumento educomunicacional), a verdade é que parece difícil estas transmitirem programação educativa, não só devido aos factores enumerados no parágrafo anterior, mas também pelo facto de, independentemente do canal, os programas educativos serem o género que os jovens menos gostam de ver. Os filmes e as séries são os programas mais visualizados na televisão pelo grupo etário dos 15-19 anos de idade (no entanto, não podemos deixar de referir que enquanto a maior parte dos rapazes assume visualizar programas de desporto, a maioria das raparigas refere ver programas de informação e telenovelas). Relativamente ao tipo de canais, podemos ver que as tendências não fogem à regra, pois os canais que os alunos mais referiram gostar ver dirigem-se para o *Fox*, seguindo-se os nacionais *SIC*, *RTP2* e *TVI*. Este último aparece mesmo como o segundo canal preferido pela maior parte do público feminino.

Dentro dos programas que os adolescentes mais gostam de ver destacam-se as séries televisivas. No topo das escolhas aparecem *Grey's Anatomy* e *Morangos com Açúcar* (escolhidas maioritariamente pelo público feminino), a série de animação americana os *Simpsons* também faz parte do leque, no entanto, esta referida pelo público masculino.

Quase todos referiram conhecer canais que transmitem programação educativa, tendo-se salientado a *RTP2* e o *Discovery Channel* como exemplos mais referidos, no entanto, a maior parte dos alunos admitiu não ter por hábito ver este tipo de programação.

2. Amiúde, é referido que a televisão não privilegia a informação e a cultura, o que não impede, de qualquer modo, que a televisão seja, por excelência, o meio preferido pelos cidadãos de todas as partes do Mundo para ocuparem, diariamente grande parte do seu tempo livre com os programas que mais lhes agradem (Missika e Wolton, 1998). Foi neste sentido que nesta

dissertação se tentou descobrir se a televisão é mesmo a actividade mais realizada nos tempos livres dos adolescentes, bem como se outras actividades deixam de ser feitas em virtude desta ocupação.

Os resultados permitem perceber que ver televisão é uma das actividades mais realizadas pelos adolescentes no seu dia-a-dia, sendo que o tempo que os adolescentes demoram a realizar esta actividade altera-se bastante quando comparado com o tempo que dedicam a outras. Assim, podemos observar que a maior parte dos alunos realiza quase todas as actividades num período de tempo que vai até 1 hora por dia da semana O que distingue a actividade *ver televisão* das restantes é que existe um valor significativo de alunos que a realiza até 3, 4 ou 5 horas, sendo que actividades como a realização de *trabalhos de casa/estudo*, *ler* ou *tarefas domésticas* apresentam valores mais baixos ou nulos nos períodos de tempo superiores a 1 hora. Para a actividade *ver televisão* não se observam contrastes significativos relativamente ao género ou aos diferentes grupos de idades

Ao sábado os valores modificam-se significativamente, sendo que a maior parte dos adolescentes vê televisão num período que vai de 2 (género masculino) a 3 horas (género feminino), aumentando também com o tempo que os alunos demoram a realizar outras actividades, nomeadamente *estudar/realizar trabalhos de casa* (de 2 a 3 horas), *praticar desporto* (2 horas), *sair com amigos* (até 4 horas) e *jogar computador/navegar na internet* (2 horas). Ao sábado também não se observam contrastes significativos relativamente ao género ou aos diferentes grupos de idades para a actividade *ver televisão*. Ao domingo a televisão continua a ser uma das actividades mais realizadas (principalmente pelo público feminino, até 5 horas).

3. O carácter concorrencial que a televisão vive levou a que muitos autores a classifiquem como algo condenado pela “banalidade e superficialidade” (Pereira, 2005), ou mesmo como algo marcado por uma onda de “contaminação e sincretismo” (Lopes e Pereira, 2007). Neste estudo tentou-se perceber o ponto de vista dos jovens face à actual qualidade da programação exibida pelos canais nacionais. O que se pode observar foi que a maior parte dos jovens classificou como “razoável” a programação emitida pelos canais *RTP1* e *RTP2* e como “boa” a programação emitida pela *S/C* e *TVI*. A acrescentar a isto tudo, destaca-se o facto de 37% dos jovens ter também referido que mesmo que pudessem não mudariam nada na televisão (no entanto, 23% reduziriam o número de telenovelas e 12% a publicidade nas emissões nacionais).

4. Já nos anos 50 se estudavam formas de utilizar a televisão para o ensino de matéria educativa às crianças e adolescentes (Ponte, 1998), sendo a partir dessa altura que se começou a perceber que os meios audiovisuais, nomeadamente a televisão, poderiam ser utilizados para beneficiar o ensino e a relação professor-aluno.

Apesar das potencialidades desta ferramenta, depressa surgiram teorias que apresentavam profundos contrastes entre o que é aprendido através na TV e através da escola, salientando o carácter negativo da televisão e sublinhando a relação antagónica que a maior parte dos professores assume viver com a televisão, acusando-a de transmitir violência e tirar tempo ao estudo, à leitura e ao espírito crítico. No entanto, existem perspectivas e teorias que defendem que a televisão pode realmente ser uma ferramenta pedagógica, capaz de auxiliar o professor, de complementar as suas aulas. Para tal, não se pode descurar o facto de que é imprescindível que os professores façam (re)leituras dos programas com os seus alunos, que discutam com estes as problemáticas dos programas e que ajudem a perceber os aspectos positivos e negativos das diferentes abordagens vistas na TV.

Por tudo isto, surge a necessidade de *ensinar a ver televisão*, de desenvolver a consciência crítica dos alunos, de *alfabetizar para os media*, cabe assim aos professores (bem como aos pais) saber orientar, interpretar e criticar de forma reflectida a programação televisiva.

Após a realização deste estudo e expostas as principais considerações, rompe a hora de fazer o desenlace final deste trabalho trazendo algumas questões que parecem pertinentes para investigação futura.

Primeiro de tudo, interessa salientar que apesar de a televisão em Portugal ser um fenómeno relativamente recente, desde logo se tornou no melhor instrumento comunicacional já alguma vez existente. Mesmo numa altura em que a Internet se tem vindo a assumir como a mais completa fonte de informação jamais criada, a TV continua a ser a ferramenta de comunicação mais utilizada em todo o mundo.

A juntar a tudo isto acresce o facto de que sendo a televisão um importante meio de comunicação, poder realmente ser utilizada como ferramenta educativa, instrumento capaz de auxiliar os educadores e professores no processo de ensino, facilitando sobretudo a comunicação aluno/professor. No entanto, levar a programação para a sala de aula não basta, para que se consigam aproveitar as potencialidades pedagógicas da televisão é necessário que os professores saibam utilizar a televisão como uma ferramenta educativa, que mostrem aos

alunos que ela não é uma indiscutível fonte de conhecimento, mas um objecto capaz de acender diálogos entre aluno/professor e alimentar discussões sobre os mais variados e actuais temas.

Outra ideia importante prende-se com o facto de ao longo deste trabalho se ter reforçado a ideia de que as estações televisivas (desde sempre atadas ao factor concorrência) deviam mudar as suas prioridades e apostar em programas culturais e educativos. Contudo, torna-se necessário salientar que também a escola deve mudar: pois desde sempre existiu uma enorme resistência à utilização de novas tecnologias pela maior parte dos professores, que continuam muitas vezes a orientar-se apenas pela pedagogia da “fala, quadro e manual”, pouco (ou nada) consentânea com os tempos da geração digital.

Não podemos esquecer que as crianças vivem hoje rodeadas de uma panóplia de fontes de informação e de recursos tecnológicos com capacidades educativas notáveis (revistas, telemóveis, internet e, logicamente, televisão) cujas potencialidades não são devidamente logradas. A maior parte dos alunos absorve diariamente um manancial de mensagens, provenientes das mais diversas fontes, cuja interpretação nem sempre é feita da forma mais correcta.

Cabe por isso à escola, e especialmente aos professores, ensinar a utilizar esses instrumentos, e não há melhor forma de o fazer senão utilizando essas ferramentas nas salas de aula. Mas mais do que utilizar a televisão nas salas de aula, os professores devem saber ensinar a ver televisão, a destacar os bons programas e a fazer uma leitura crítica da TV. Só assim os alunos perceberão a forma como a televisão é capaz de melhorar o seu processo de aprendizagem.

Não podemos descurar, de todo, a ideia de que este procedimento não é fácil, pois para que os professores possam utilizar devidamente a TV na sala e aula é necessário, entre outros factores, que haja outro tipo de organização, formação e preparação (teórico-prática) dos docentes, mudanças nem sempre vistas como prioridade por parte das instituições governamentais ligadas à educação.

Por fim, chama-se a atenção para algumas carências que continuam a existir quando investigamos o estado actual do panorama televisivo português: uma continua necessidade de se estudar a programação televisiva de modo coerente com base no reforço das relações entre as estações televisivas e os centros de investigação/universidades, dando realce, por exemplo, à formação de protocolos que facilitem aos centros de investigação o acesso a dados audiométricos; a criação de um organismo/serviço que congregue dados globais da

programação e o estímulo à produção de livros e publicações capazes de ajudar as pessoas a perceber que os programas culturais e educativos são um tipo de programação que nos faz falta. Aliás, este último aspecto é bastante importante porque as estações televisivas transmitem tendencialmente os programas que mais audiências dão, ou seja os mais vistos pelo público, mas é este mesmo público que se queixa do declínio da qualidade da TV.

É necessário que as pessoas, como telespectadoras, percebam que são elas que escolhem os programas que vêem e que querem ver. É necessário que os telespectadores percebam que são ímpares donos das audiências, e que, por isso, conjuntamente com as estações televisivas, têm grande parte da responsabilidade na definição de uma programação televisiva de qualidade, mormente de uma programação que alie entretenimento e educação.

BIBLIOGRAFIA E WEBSITES

I - Bibliografia

Almeida, Ana Filipa (2000). “Efeito de Werther”. *Análise Psicológica*. 1 (XVIII). Serviço de Psicologia do Hospital Miguel Bombarda, pp. 37-51.

Aparoici, Roberto e Matilla, Agustin Garcia (2008). *Lectura de Imágenes en la Era Digital*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Austin, E. W. e Meili, H. K. (1994). *Effects of interpretations of televised alcohol portrayals on children's alcohol beliefs*. Journal of Broadcasting and Electronic Media, pp. 417-435.

Bahia, S. e Trindade, J. P. (2010). *O potencial das tecnologias educativas na promoção da inclusão: três exemplos. Educação, Formação & Tecnologias*.

<<http://eft.educom.pt>, pp. 96-110>

Barros, Jesús Bermejo (2005). *Narrativa Audiovisual. Investigación y Aplicaciones*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Blanco, Elias e Silva, Bento (1993). *Tecnologia Educativa em Portugal: conceito, origens, evolução, áreas de intervenção e investigação*. Revista Portuguesa de Educação. Braga: Universidade do Minho.

Blásquez, Entonado; Crespo, Maria Prado Fernandez; Rodriguez, Milguel Lopez; Delgado, Manuel Lorenzo; Garcia, Santiago Molina e Barrio, Oscar Saenzl (1985). *Didáctica General*. Madrid: Anaya 2.

Brandão, N. (2002). *O Espectáculo das Notícias: a televisão generalista e a abertura dos telejornais*. Lisboa: Editorial Notícias.

Brederode Santos, Maria Emília (1991). *Aprender com a Televisão: O Segredo do Rua Sésamo*. Lisboa: TV Guia Editora.

Burke, Richard (1974). *Televisão Educativa: uma nova e arrojada aventura*. São Paulo: Cultrix.

Cádima, F. R. (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Editorial Presença.

Cádima, F. R. (1996). *O Fenómeno Televisivo*. Lisboa: Círculo de Leitores.

- Cádima, F. R. (1997). *Estratégias e Discursos da Publicidade*. Lisboa: Veja.
- Cádima, F. R. (2002). *História e Crítica da Comunicação* (2ª ed.). Lisboa: Século XXI.
- Cádima, F. R. (2003). *Que Futuro para Os Media em Portugal?* Lisboa: Obercom/APDC.
- Cádima, F. R. (2003). *A Televisão Digital (DVB-T) e as Políticas do Audiovisual no contexto da Sociedade de Informação*. Revista Observatório nº 1, Os Media na Era Digital.
- Cardoso, Gustavo *et al* (2009). *Do Quarto de Dormir para o Mundo. Jovens e Media em Portugal*. Âncora Editora.
- Carneiro, Vânia Lúcia Quintão (2008). *Programas educativos na TV - Conteúdo pedagógico adequado à narrativa televisual e à fantasia, para uma programação infantil divertida e inteligente*. Brasília: Faculdade de Educação da Universidade de Brasília.
- Carrilho, Sónia (2004). *A Criança e a Televisão - Contributos para o Estudo da Recepção*. Lisboa: Universidade Católica de Lisboa.
- Capparelli, Sergio (1998). *Televisão e criança: a emergência do mercado de bens culturais*. In: Pacheco, Elza Dias (1998). *Televisão, criança, imaginário e educação*. São Paulo: Papiro.
- Casciani, Dominic (2010). *Children "over-exposed to sexual imagery"*. Artigo BBC publicado em 26 de Fevereiro de 2010.
- <http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/8537734.stm>.
- Chalvon, M.; Corset, P.; Souchon M. (1991). *L'enfant devant la television*. Paris: Gasterman.
- Cohn, Gabriel (1978). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: T.A. Queiroz.
- Cortês, H. S. (2002). *A sala de aula como espaço de vida: educação e mídia (O uso pedagógico da televisão)*. In Ferreira, L. W. (2002) *Educação e Mídia: O Visível, O Ilusório, A Imagem*. Rio Grande do Sul: EDPUC.
- Coutinho (2005). *Percursos da Investigação e Tecnologia Educativa*. Braga: Instituto de Educação e Psicologia.
- Eco, Umberto (1997). *From Internet to Gutenberg*.
- <<http://www.italynet.com/columbia/internet.htm>>

Evra, Judith Van (1990). *Television and Child Development*. Canada: St. Jerome's College.

Fischer, Rosa Maria Bueno. *Educação, subjetividade e cultura nos espaços midiáticos*. In *Cadernos Temáticos: multimeios e informática educativa*. Rio Grande do Sul: Porto Alegre.

Gasas, Ferran (2007). *Preferències i Expectatives dels Adolescents relatives a la Televisió a Catalunya*. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barcelona: Universitat de Girona.

Gibson, Harry M. e Francis, Leslie J. (1993). *The relationship between Television viewing Preferences and Interest in science among 11-15 years old*. Research in Science and Technological Education, pp. 185-190.

Gordon, George N (1976). *Televisão Educativa*. Rio de Janeiro: Bloch.

Kensky, Vani Moreira (2005). *Próxima atração: a TV que vem aí*. In: Almeida, M. E. B. e Moran, J. (2005). *Boletim Salto para o Futuro*. Brasília: Integração das Tecnologias na Educação.

Kubey, R. W. (1996). *Television dependence, diagnosis, and prevention: With commentary on videogames, pornography, and media education*. In Tannis M. MacBeth (1996). *Tuning in to young viewers: Social science perspectives on television*. Thousand Oaks: Sage Publication.

Leal Filho, L. (1997). *A melhor TV do mundo*. São Paulo: Summus.

Lopes, F. e Pereira, S. (2007). *Estudos sobre programação televisiva: os programas de informação e os conteúdos para a infância*. Comunicação apresentada ao Congresso "Informação e Programação de Serviço Público num Contexto Competitivo".

Kevin, Deirdre (2003). *Europe in the Media. A Comparison of Reporting, Representation, and Rhetoric in National Media Systems in Europe*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Magalhães, Cláudio Márcio (2007). *Os programas infantis da TV: teoria e prática para entender a televisão feita para crianças*. Belo Horizonte: Autêntica.

Moran, José Manuel (2010). *Desafios da televisão e do vídeo à escola*. TVE Brasil. <<http://www.tvebrasil.com.br/salto/boletins2002/tedh/tedhtxt2b.htm>>

Mathews, J. (1997). *Como Comunicar com as Crianças*. In Marketeer, Revista de Marketing, Comunicação e Vendas, nº12.

Neves, C. M. de C. (2005). *Próxima atração: a TV que vem aí*. In: Almeida, M. E. B. e Moran, Jose Manuel (2005). *Boletim Salto para o Futuro*. Brasília: Integração das Tecnologias na Educação.

Oliveira, M. D. R (2005). *Consumidores de Palmó e meio. A criança e a Família Perante o Consumo*. Vila Nova Famalicão: Ed. Magnólia.

Pacheco, Elza Dias. (1994). *Televisão, criança e imaginário: contribuições para a integração escola*. São Paulo: Papirus.

Pacheco, Elza Dias (1992). *TV e criança: produção cultural, recepção e sociedade*. Universidade de São Paulo.

Pacheco, Elza Dias (1991). *Comunicação, Educação e Arte na cultura infanto-juvenil*. S. Paulo: Loyola.

Pacheco, Elza Dias. (2000). *O Desenho Animado na TV: mitos, símbolos e metáforas*. Universidade de São Paulo
<<http://www.eca.usp.br>>

Park, Alice (2009). *Watching TV: Even Worse for Kids Than You Think*. Artigo da revista Times. Edição de 04 de Agosto 2009.

<http://www.time.com/time/health/article/0,8599,1914450,00.html?xid=rss-fullhealthsci_yahoo>

Peck, E. Y. (1999). *Gender differences in film-induced fear as a function of type of emotion measure and stimulus content: A met-analysis and a laboratory study*. University of Winconsin-Madison.

Pereira, S. (2005). *A qualidade na Televisão para Crianças*. Braga: Instituto de Estudos da Criança da Universidade do Minho.

Pereira, S. (2004). *Televisão para Crianças em Portugal. Um Estudo das Ofertas e dos Critérios de Programação*. Braga: Instituto de Estudos da Criança da Universidade do Minho.

Pereira, S. (2007). *Por detrás do Ecrã. A Televisão para crianças em Portugal*. Colecção comunicação: Porto Editora.

Pereira, S (2003). *Investigação sobre crianças e televisão: a vertente da recepção e a vertente da programação*. Braga: Instituto Estudos Criança da Universidade do Minho.

Pereira, Sara; Pinto Manuel; Pereira E. (2009). *A Televisão e as Crianças. Um ano de programação na RTP 1, RTP2, SIC e TVI*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Pereira, João Pedro (2006) - *Crianças e Jovens vêem televisão em excesso*. Diário de Notícias. Edição de 05 de Janeiro de 2006.

<http://dn.sapo.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=633525>

Pinto, M. (2000). *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Biblioteca das Ciências do Homem: Edições Afrontamento.

Pinto, M. (1995). *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Pinto, M; Pereira, S. (1999). *As Crianças e os Media no Pós 25 de Abril: Discursos, Percursos*. Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Ponte, Cristina (1998). *Televisão para Crianças: o direito à Diferença*. Lisboa: Escola Superior de Educação João de Deus.

Pougy, Eliana G. P. (2005). *As mensagens da televisão e a relação de seus receptores*. <<http://www.tvebrasil.com.br/educacao/artigos>>

Richeri, Giuseppe (1994). *La Transición de la Television. Análisis del Audiovisual como Empresa de Comunicación*. Bosch Casa Editorial.

Rocco, M. T. F. (1998). *Produções para crianças no quotidiano da TV e o quotidiano das práticas socioculturais de recepção: um diálogo em novos termos*. In: Pacheco, Elza D. (1998). *Televisão, criança, imaginário e educação: dilemas e diálogos*. Campinas: Papirus.

Rosa, Leonel M. (1999). *As Tecnologias de Informação e Comunicação na escola e os Centros de Recursos Educativos. Algumas reflexões*. Almada: Escola Secundária Emídio Navarro.

<http://www.univ-ab.pt/~porto/textos/Leonel/Pessoal/tic_cre.htm>

Silva, Bento Duarte (1998). *Educação e Comunicação. Uma análise das implicações da utilização do discurso audiovisual em contexto pedagógico*. Braga: Instituto de Educação e Psicologia da Universidade do Minho.

Silva, H. L. Fonseca da (2003). *Indústria cultural e educação infantil: o papel da televisão*. Revista da Universidade Federal de Goiás, Vol. 5, No. 2.

Silva, S. O. G. (2008). *A grande influência dos meios eletrônicos na vida das crianças, em especial a TV*. A televisão e a criança.

<<http://www.artigonal.com/ciencia-artigos/a-televisao-e-a-crianca-a-grande-influencia-dos-meios-eletronicos-na-vida-das-criancas-em-especial-a-tv-478107.html>>

René M. da Costa (2008). *Cultura Popular e Educação. Salto para o Futuro*. Brasília: Secretaria de Educação a Distância.

Rocha, S. R; Cotta, R. R. M. e Souza, F. S. (2006). *Perspectivas da Televisão Infantil: uma análise do termo “babá eletrônica” numa escola privada de Itabuna-Ba*. Salvador: Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Signorielli, N. e Lears, M. (1992). *Children, television and conceptions about chores: Attitudes and Behaviours*. Sex Roles.

Silva, Hugo Leonardo Fonseca da (2005). *Indústria Cultural e Educação Infantil: o papel da televisão*. Universidade Federal de Goiás, Vol. 5, No. 2.

Saperas, Enric (1993). *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*. In *As recentes investigações em torno dos efeitos da comunicação de massas: 1970/1986*. Edições Asa.

Seixas, Maria J. M. (1997). *Mesmo nos Concursos a gente aprende coisas. Televisão e Escola – um conflito de universos e discursos*. In *Educação Sociedade e Culturas* n.º 8, pp. 21-43.

Sobell, L. C; Sobell, M. B.; Toneatto, T. e Leo, G. I. (1993). *Severaly dependent alcohol abusers may be vulnerable to alcohol cues in television programs*. In *Journal of studies on Alcohol*, pp. 85-89.

Tornero, Perez J. (1994). *El desafio Educativo de la Télévision: para Compreender y Usar el Medio*, Barcelona: Ediciones Paidós.

Weiss, A. J.; Imrich, D. J. e Wilson, B. J. (1993). *Prior Exposure to creatures from a horror film: Live versus photographic representations*. *Human Communication Research*, 20.

Wilson, B. J. e Cantor, J. (1987). *Reducing children's fear reactions to mass media: Effects of visual exposure and verbal explanation*. In M. McLaughlin (1987). *Communication Yearbook 10*. Beverly Hills, CA: Sage, pp. 553-573.

II - Websites

Audiovisual and Media Policies. Protection of Minors. Comissão Europeia. Página consultada a 30/03/10.

<http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/minors/index_en.htm>

A Lei da Televisão, Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho. Gabinete para os Meios de Comunicação Social (2010) - Página acedida a 30/03/10.

<<http://www.gmcs.pt/index.php?op=fs&cid=1108&lang=pt>>

Acordo sobre a Representação da Violência na Televisão (e 9 de Julho entre a AACCS e os operadores de televisão). Gabinete para os Meios de Comunicação Social (2010b) - Página acedida a 30/03/10.

<<http://www.gmcs.pt/index.php?op=fs&cid=570&lang=pt>>

BBC - British Broadcasting Corporation. Wikipedia, a enciclopédia livre. Página acedida a 30/03/10.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/British_Broadcasting_Corporation>

Big Brother. Wikipedia, a enciclopédia livre. Página acedida a 19/05/10.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Big_Brother_Portugal>

CBC - Canadian Broadcasting Corporation. Wikipedia, a enciclopédia livre. Página acedida a 30/03/10.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Canadian_Broadcasting_Corporation>

<<http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=12043324>>

Grelha de Programação SIC. Página acedida a 06/03/10; 07/03/10; 08/03/10; 10/04/10 e 13/03/10.

<<http://sic.sapo.pt/online/entretenimento/programacao/sic>>

Jim Henson. Wikipedia, a enciclopédia livre. Página acedida a 21/09/09.

<<http://chud.com/articles/contentimages/55/jimhensonkermit.jpg>>

Joan Ganz Cooney. Wikipedia, a enciclopédia livre. Página acedida a 25/05/10.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Joan_Ganz_Cooney>

Mamãe eu quero mamar. A publicidade brasileira. Blogue Imprensa Marrom & CIA. Página acedida a 19/08/10.

<<http://imprensamarromecia.blogspot.com/search/label/Televis%C3%A3o>>

McDonalds Shrek 4 (2010) - Video publicitário no MKT FILM, Canal de Cineadicta postado no Youtube, 30 segundos. Página acedida a 14/08/10.

<<http://www.youtube.com/watch?v=9RtGASD49vw&feature=related>>

Muppet Central (1994) - Joe Raposo honored in new children's book. Artigo de 18 de Setembro de 1994. Página acedida a 21/09/09.

<<http://www.muppetcentral.com/news/2004/091804.shtml>>

O Dói-Dói. Blogue *Dias que voam*. Página acedida a 25/05/10.

<http://diasquevoam.blogspot.com/2008_12_14_diasquevoam_archive.html>

Palestinian puppeteer Fadi Alghoul holds puppet Haneen. Agência Reuters. Página consultada a 15/08/10.

<<http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=12043609>>

Palestinian actor Ezzat Natsheh speaks with puppet Kareem. Agência Reuters. Página consultada a 15/08/10.

Programas de A a Z. Página acedida a 02/02/10; 06/03/10; 07/03/10; 08/03/10 e 10/04/10.

<<http://www.rtp.pt>>

Programação TVI. Página acedida a 06/03/10; 07/03/10; 08/03/10; 10/04/10; 12/03/10; 13/03/10.

<<http://www.tvi.iol.pt/programas.html>>

Rua Sésamo. Wikipedia, a enciclopédia livre. Página acedida a 26/08/10.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Sesame_Street>

Série He Man. Wikipedia, a enciclopédia livre. Página acedida a 10/12/09.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/He_man>

Shannon Stapleton (2009). Agência Reuters. Página acedida a 16/08/10.

<<http://www.reuters.com/news/pictures/searchpopup?picId=12259067>>

Sobre a TVEscola. O canal da Educação. TVEscola. Página acedida a 19/05/10.

<http://tvescola.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=category&id=94&Itemid=97>

Zig Zag Online. Página acedida a 11/03/10.

<<http://ww1.rtp.pt/wportal/zigzag/>>

ANEXOS

I Anexo

I - Pedido de autorização ao conselho directivo da Escola Secundária para a aplicação dos inquéritos

Ex^o Directora

Rui Lopes Pinheiro, estando a frequentar o Mestrado em tecnologia Educativa, na Universidade do Minho, no âmbito da realização da minha dissertação de mestrado estou neste momento a realizar um estudo acerca da relação das crianças/adolescentes e a televisão (educativa).

Neste contexto venho solicitar, a V. Ex^a autorização para distribuir pelas turmas do 10^o, 11^o e 12^o ano um inquérito. O respectivo inquérito deverá ser preenchido nos primeiros cinco minutos de cada aula, na disciplina de Estudo Acompanhado ou Geografia, em data e hora a combinar previamente entre as partes.

Garanto, desde já, a confidencialidade e anonimato de todos os alunos, bem como disponibilizarei à escola os resultados do estudo.

Os melhores cumprimentos.

Rui Pinheiro
rlpbraga@gmail.com

II Anexo - Entrevistas

1 - Entrevista ao Doutor Dinis Manuel Alves:

1. Alguns estudos americanos apontam para o facto de a maior parte dos filmes transmitirem exemplos negativos para a sociedade, nomeadamente aos jovens, quando mostram por exemplo, referências relacionadas com o consumo de álcool ou quando nos mostram o sexo de uma forma banalizada, em que nunca se faz referência aos métodos de contracepção.

No entanto, alguns autores defendem que determinadas apresentações televisivas podem fazer com que se modifiquem determinados comportamentos, pois se o tema do álcool for apresentado aos jovens de forma a colocar em evidência que “mais vale evitar o seu consumo do que consumir”, podemos ter uma televisão que assenta em aspectos preventivos, profilácticos ou de responsabilidade.

O que acha o Doutor desta ideia? Acha que a televisão pode realmente ser uma fonte capaz de prevenir determinados comportamentos e de incutir responsabilidade na sociedade, nomeadamente nos jovens?

2. Alguns autores chamam a atenção para o facto da violência emitida pelos telejornais, que assenta muitas vezes em comportamentos “libertadores”, poder levar a que os jovens exponham as suas frustrações imitando o que assistem.

Acha que a televisão é capaz de influenciar o comportamento das crianças e dos jovens?

3. Alguns autores referem que o modelo proteccionista televisivo (referente à legislação que existe) assenta numa visão de criança que se pode caracterizar como indefesa, fortemente influenciável e vulnerável face aos conteúdos mediáticos, prevalecendo a ideia de que as crianças necessitam de ser protegidas dos possíveis efeitos negativos que nelas podem exercer os *media*.

As crianças precisam realmente de ser protegidas dos *media*, nomeadamente da televisão?

4. Alguns estudos defendem a ideia de que as crianças têm capacidade de reelaborar os conteúdos apreendidos (que vêem na televisão, nomeadamente nos telejornais), no entanto, é indispensável sabermos quais as condições de educabilidade destas crianças, é também necessário saber se os seus professores estão capacitados para fazer a mediação e reflexão sobre os conteúdos emitidos pelos meios de comunicação (e se estão, se o fazem ou não).

É necessária uma intervenção dos adultos para essa reelaboração de conteúdos? É necessário capacitar os pais, professores e educadores para “educarem para os *media*”?

5. No que diz respeito aos tipos de notícias e reportagens apresentadas nalguns telejornais, acha que por vezes e nalguns casos, o fenómeno de concorrência e o factor audiências poderão sobrepor-se ao factor qualidade?

6. Nas décadas anteriores á de 70, alguns autores defendem relações profundas entre o “poder político dominante e os canais de televisão”, nomeadamente no que diz respeito ao meio de informação nacional por excelência – o Telejornal, que reflectia a voz do Estado. Salientando que nesta altura era o quem o tutelava (o poder político) que decidia o que transmitir, prestando-se pouca atenção aos gostos do público, no fundo, “as visões do mundo eram aquelas que os dirigentes dos canais achavam mais apropriadas para as audiências”.

Acha que actualmente e nalgumas estações as notícias continuam a ser influenciadas pelo poder político?

7. Os seus trabalhos têm sido bastante importantes na chamada de atenção para o facto de alguns meios de informação só passarem “certas e determinadas” notícias, dando menos importância a outras.

Acha que realmente tem conseguido dar a sua contribuição para "a desejada mudança de mentalidades", tanto dos produtores de televisão como da sociedade em geral?

2 - Entrevista ao realizador da 2º e 3º temporadas da Rua Sésamo Doutor Rui Nunes:

1. Alguns autores referem que por trás da Rua Sésamo participavam pessoas que conheciam crianças segundo diferentes perspectivas: profissionais de educação, investigadores de comunicação, psicólogos, escritores, guionistas. Manuel Pinto (2000) referiu mesmo que para além de técnicos de som, técnica e imagem, participaram técnicos de significado.

É verdade que a Rua Sésamo teve uma diversidade tão grande de profissionais a trabalhar em conjunto? Nomeadamente pessoas ligadas ao desenvolvimento cognitivo e à educação?

2. Quais as principais dificuldades na realização de um programa educativo como a Rua Sésamo? Orçamentais? Técnicas?

3. O programa teve apoio por parte do Ministério da Educação?

4. Acha que se a Rua Sésamo regressasse à RTP o programa teria tanta adesão por parte o público pré-escolar como teve outrora?

5. Como se organizavam e quem definia os objectivos pedagógicos do programa? Cada rubrica tinha um objectivo diferente?

6. Sem nos estarmos a referir a nenhuma estação televisiva específica, concorda com a ideia de que para algumas estações, a transmissão de programação educativa não assume grande interesse nem apoio por parte das direcções?

3 - Entrevista à Doutora Laura Maria Coutinho:

1. Alguns estudos americanos apontam para o facto de a maior parte dos filmes transmitirem exemplos negativos para a sociedade, nomeadamente aos jovens, quando mostram por exemplo, referências relacionadas com o consumo de álcool ou quando nos mostram o sexo de uma forma banalizada, em que nunca se faz referência aos métodos de contracepção.

No entanto, alguns autores defendem que determinadas apresentações televisivas podem fazer com que se modifiquem determinados comportamentos, pois se o tema do álcool for apresentado aos jovens de forma a colocar em evidência que “mais vale evitar o seu consumo do que consumir”, podemos ter uma televisão que assenta em aspectos preventivos, profilácticos ou de responsabilidade.

O que acha a Doutora desta ideia? Acha que a televisão pode realmente ser uma fonte capaz de prevenir determinados comportamentos e de incutir responsabilidade na sociedade, nomeadamente nos jovens?

2. Que tipo de factores acha que as estações televisivas deveriam ter em conta quando escolhem os programas de televisão? E para os programas destinados às crianças e adolescentes?

3. Existiram alguns programas como “A Vila Sésamo”, que para além das suas preocupações educativas, se preocupou com questões de identidade fundamental do ser humano, independentemente do seu sexo, raça, etnia, idade, classe social ou deficiência.

Em Israel a Vila Sésamo também passou - sob o nome Rechow Sumsum – e os produtores tiveram o cuidado de incluir no seu currículo o desenvolvimento da tolerância e da compreensão entre pessoas de diferentes culturas e a promoção da tradição judaica.

Na opinião do Doutora, qual a importância deste tipo de programas (chamados de programas educativos) para o desenvolvimento de sentimentos como a tolerância e a compreensão nas crianças?

4. No que diz respeito à programação de alguns canais, acha que por vezes e nalguns casos, o fenómeno de concorrência e o factor audiências poderão sobrepor-se ao factor qualidade?

5. A Doutora acha importante existir “educação para os *media*”? Ou seja, acha que os professores devem educar e ensinar as crianças e os adolescentes a ver televisão?

4 - Entrevista a Paulo Newton, assessor do Canal TVEscola:

1. Que tipo de factores costumam ter em conta quando escolhem os programas de televisão para o público infantil?

2. Acha que a programação infantil actual corresponde aos interesses e necessidades do público infantil?

3. Quais são as principais dificuldades na criação de um programa infantil educativo? São problemas orçamentais, técnicos?

4. No que diz respeito à programação infantil, nomeadamente a educativa, acha que por vezes e nalguns canais, o fenómeno de concorrência e o factor audiências poderão sobrepor-se ao factor qualidade?

5. Concorde com a ideia de que para algumas estações televisivas, a transmissão de programação infantil educativa não assume grande interesse nem apoio por parte das direcções?

5 - Entrevista ao jornalista e executivo de televisão Francisco Penim:

1. Que tipo de factores acha que as estações televisivas devem ter em conta quando escolhem os programas de televisão para o publico infantil?


2. Quais poderão ser as principais dificuldades na criação de um programa educativo? São problemas orçamentais, técnicos?

3. No que diz respeito à programação infantil portuguesa, nomeadamente a educativa, acha que por vezes e nalguns canais, o fenómeno de concorrência e o factor audiências poderão sobrepor-se ao factor qualidade?

4. Concorde com a ideia de que para algumas estações televisivas, a transmissão de programação educativa não assume grande interesse nem apoio por parte das direcções?

5. Qual a opinião do Francisco acerca do actual panorama televisivo português?

III Anexo - Inquérito

 Instituto de Educação e Psicologia - Universidade do Minho Inquérito no âmbito do Mestrado em Ciências da Educação - Área de Especialização em Tecnologia Educativa	
---	--

Inquérito n.º _____ **Escola** _____ **Data:** ____/____/____

O presente inquérito é dirigido a alunos do 2.º e 3.º Ciclo, tendo por base uma investigação de natureza científica, onde se pretende identificar a relação entre a Televisão Educativa e os Adolescentes. O seu conteúdo tem apenas interesse académico e, portanto, a informação nele contida tem a salvaguarda, a confidencialidade e o sigilo, apenas servindo os objectivos científicos da pesquisa.
Muito Obrigado!

1 - Sexo: Feminino ☐ Masculino ☐ 2 - Idade: _____ 3 - Ano Escolaridade: _____

4 - Localidade Habitação 4.1 - Freguesia: _____ 4.2 - Concelho: _____

5 - Tem TV por cabo/satélite em casa? Sim ☐ Não ☐

6 - Como costuma passar os seus tempos livres (N.º de horas)? _____

7 - Tem televisão no quarto? Sim ☐ Não ☐

Colocar o n.º de horas por dia			
ACTIVIDADES	CADA DIA DA SEMANA (Em média)	Sábado	Domingo
Ver Televisão			
Estudar /TPCs			
Ler			
Praticar desporto			
Tarefas domésticas			
Brincar na rua/sair			
Jogar PC/Navegar			
Outros (Quais):			

8 - Quantas televisões tem na totalidade em casa? _____

9 - No caso da televisão, que tipo de programas costuma ver habitualmente?

PROGRAMAS	Assinalar com um X		Colocar alguns exemplos de programas televisivos que costuma ver	
	Sim	Não	Quais/Exemplos?	
Filmes				
Séries estrangeiras				
Telenovelas				
Desenhos animados				
Desporto				
Telejornal/Informação				
Programas Educativos				
Outros (Quais)?				

10 - Que tipo de leituras costuma fazer (N.º de horas)?

Colocar o n.º de horas por dia			Colocar alguns exemplos de leituras que costumas fazer	
TIPO DE LEITURAS	POR CADA DIA DE SEMANA (Em média)	Sábado	Domingo	Quais/Exemplos?
Livros escolares				
Jornais				
Revistas cor rosa				
Revistas juvenis				
Romances				
Outros (Quais):				

11 - Quais os 3 canais generalistas/cabo que mais gosta de ver?





1º Lugar
2º Lugar
3º Lugar

12 - Quais os 3 programas generalistas/cabo que mais gosta de ver?

1º Lugar
2º Lugar
3º Lugar

13 - Classifique (de 1 a 5) a programação dos quatro canais genéricos da actualidades e indica porque.

1	2	3	4	5
Péssima	Má	Razoável	Boa	Excelente

CANAL	Colocar apenas X					Indique o porquê da sua classificação
	CLASSIFICAÇÃO					
	1	2	3	4	5	Porquê
						
						
						
						

14 - Acha importante os canais de televisão transmitirem programas educativos?

Coloca apenas um X	
Sim	
Não	

15 - Conhece algum canal actual que transmita programas educativos? Se sim, qual/quais?

Canais que transmitem programação educativa

16 - Se pudesse, o que mudaria nos canais de televisão portugueses actuais?

Muito obrigado pela colaboração!

IV Anexo - Quadros

QUADRO I									
Género dos inquiridos									
1	2.0	57	1.0	113	1.0	169	1.0		
2	2.0	58	2.0	114	2.0	170	2.0		
3	1.0	59	1.0	115	2.0	171	1.0		
4	1.0	60	2.0	116	2.0	172	1.0		
5	2.0	61	2.0	117	2.0	173	1.0		
6	2.0	62	2.0	118	2.0	174	2.0		
7	2.0	63	1.0	119	2.0	175	2.0		
8	2.0	64	2.0	120	2.0	176	1.0		
9	2.0	65	2.0	121	1.0	177	1.0		
10	2.0	66	2.0	122	2.0				
11	2.0	67	1.0	123	2.0				
12	2.0	68	1.0	124	2.0				
13	2.0	69	1.0	125	1.0				
14	1.0	70	2.0	126	2.0				
15	2.0	71	2.0	127	2.0				
16	2.0	72	2.0	128	2.0				
17	2.0	73	2.0	129	1.0				
18	2.0	74	2.0	130	1.0				
19	2.0	75	2.0	131	2.0				
20	1.0	76	2.0	132	1.0				
21	2.0	77	1.0	133	1.0				
22	2.0	78	2.0	134	2.0				
23	2.0	79	1.0	135	2.0				
24	2.0	89	2.0	136	2.0				
25	2.0	81	1.0	137	1.0				
26	2.0	82	1.0	138	2.0				
27	2.0	83	1.0	139	1.0				
28	2.0	84	1.0	140	2.0				
29	2.0	85	2.0	141	2.0				
30	2.0	86	1.0	142	2.0				
31	2.0	87	2.0	143	2.0				
32	2.0	88	2.0	144	1.0				
33	2.0	89	2.0	145	1.0				
34	2.0	90	1.0	146	1.0				
35	2.0	91	2.0	147	1.0				
36	1.0	92	2.0	148	2.0				
37	2.0	93	2.0	149	2.0				
37	2.0	94	2.0	150	2.0				
39	1.0	95	2.0	151	2.0				
40	2.0	96	2.0	152	1.0				
41	2.0	97	2.0	153	2.0				
42	2.0	98	2.0	154	1.0				
43	2.0	99	2.0	155	1.0				
44	1.0	100	1.0	156	2.0				
45	1.0	101	2.0	157	2.0				
46	1.0	102	2.0	158	2.0				
47	2.0	103	1.0	159	2.0				
48	2.0	104	2.0	160	2.0				
49	2.0	105	2.0	161	2.0				
50	1.0	106	1.0	162	2.0				
51	1.0	107	2.0	163	1.0				
52	1.0	108	2.0	164	1.0		LEGENDA	Masculino	1
53	1.0	109	2.0	165	2.0			Feminino	2
54	1.0	110	1.0	166	2.0		TOTAL	Masculino	60
55	1.0	111	1.0	167	2.0			Feminino	117
56	2.0	112	1.0	168	1.0				

QUADRO II									
Idade dos inquiridos									
1	16.0	57	18.0	113	17.0	169	15.0		
2	16.0	58	18.0	114	17.0	170	17.0		
3	16.0	59	18.0	115	17.0	171	16.0		
4	16.0	60	17.0	116	18.0	172	15.0		
5	17.0	61	16.0	117	18.0	173	19.0		
6	16.0	62	16.0	118	16.0	174	15.0		
7	17.0	63	16.0	119	19.0	175	15.0		
8	16.0	64	16.0	120	17.0	176	15.0		
9	16.0	65	16.0	121	17.0	177	16.0		
10	16.0	66	18.0	122	17.0				
11	17.0	67	17.0	123	16.0				
12	17.0	68	20.0	124	16.0				
13	17.0	69	16.0	125	16.0				
14	17.0	70	17.0	126	16.0				
15	16.0	71	16.0	127	16.0				
16	17.0	72	16.0	128	16.0				
17	16.0	73	17.0	129	17.0				
18	17.0	74	17.0	130	17.0				
19	16.0	75	16.0	131	18.0				
20	17.0	76	16.0	132	16.0				
21	16.0	77	20.0	133	16.0				
22	16.0	78	17.0	134	17.0				
23	16.0	79	18.0	135	17.0				
24	16.0	89	16.0	136	16.0				
25	17.0	81	17.0	137	17.0				
26	16.0	82	16.0	138	16.0				
27	16.0	83	17.0	139	17.0				
28	16.0	84	16.0	140	17.0				
29	16.0	85	15.0	141	17.0				
30	16.0	86	17.0	142	18.0				
31	16.0	87	16.0	143	17.0				
32	16.0	88	15.0	144	17.0				
33	17.0	89	18.0	145	18.0				
34	16.0	90	17.0	146	17.0				
35	16.0	91	15.0	147	17.0				
36	16.0	92	15.0	148	17.0				
37	17.0	93	15.0	149	17.0				
37	17.0	94	15.0	150	16.0				
39	17.0	95	16.0	151	16.0				
40	17.0	96	16.0	152	18.0				
41	16.0	97	16.0	153	17.0				
42	18.0	98	15.0	154	16.0				
43	16.0	99	15.0	155	18.0				
44	18.0	100	16.0	156	15.0				
45	18.0	101	15.0	157	16.0				
46	17.0	102	15.0	158	16.0				
47	17.0	103	15.0	159	16.0				
48	18.0	104	16.0	160	15.0				
49	18.0	105	16.0	161	16.0				
50	18.0	106	18.0	162	16.0				
51	17.0	107	16.0	163	16.0		TOTAL	15	22
52	17.0	108	15.0	164	15.0			16	73
53	18.0	109	16.0	165	15.0			17	55
54	17.0	110	17.0	166	15.0			18	23
55	18.0	111	18.0	167	16.0			19	2
56	17.0	112	17.0	168	16.0			20	2

QUADRO III									
Ano de escolaridade dos inquiridos									
1	11.0	57	12.0	113	11.0	169	10.0		
2	11.0	58	12.0	114	11.0	170	10.0		
3	11.0	59	12.0	115	11.0	171	10.0		
4	11.0	60	11.0	116	11.0	172	10.0		
5	11.0	61	11.0	117	11.0	173	10.0		
6	11.0	62	11.0	118	11.0	174	10.0		
7	11.0	63	11.0	119	11.0	175	10.0		
8	11.0	64	11.0	120	11.0	176	10.0		
9	11.0	65	11.0	121	11.0	177	10.0		
10	11.0	66	11.0	122	11.0				
11	11.0	67	11.0	123	11.0				
12	11.0	68	11.0	124	11.0				
13	11.0	69	11.0	125	11.0				
14	11.0	70	11.0	126	11.0				
15	11.0	71	11.0	127	11.0				
16	11.0	72	11.0	128	11.0				
17	11.0	73	11.0	129	11.0				
18	11.0	74	11.0	130	11.0				
19	11.0	75	11.0	131	11.0				
20	11.0	76	11.0	132	11.0				
21	11.0	77	11.0	133	11.0				
22	11.0	78	11.0	134	11.0				
23	11.0	79	11.0	135	11.0				
24	11.0	89	11.0	136	11.0				
25	11.0	81	11.0	137	11.0				
26	11.0	82	11.0	138	11.0				
27	11.0	83	11.0	139	11.0				
28	11.0	84	11.0	140	11.0				
29	11.0	85	10.0	141	11.0				
30	11.0	86	10.0	142	11.0				
31	11.0	87	10.0	143	11.0				
32	11.0	88	10.0	144	11.0				
33	11.0	89	10.0	145	11.0				
34	11.0	90	10.0	146	11.0				
35	11.0	91	10.0	147	11.0				
36	11.0	92	10.0	148	11.0				
37	11.0	93	10.0	149	11.0				
37	11.0	94	10.0	150	11.0				
39	11.0	95	10.0	151	11.0				
40	11.0	96	10.0	152	11.0				
41	11.0	97	10.0	153	11.0				
42	11.0	98	10.0	154	10.0				
43	11.0	99	10.0	155	10.0				
44	11.0	100	10.0	156	10.0				
45	11.0	101	10.0	157	10.0				
46	11.0	102	10.0	158	10.0				
47	11.0	103	10.0	159	10.0				
48	12.0	104	10.0	160	10.0				
49	12.0	105	10.0	161	10.0				
50	12.0	106	10.0	162	10.0				
51	12.0	107	10.0	163	10.0				
52	12.0	108	10.0	164	10.0				
53	12.0	109	10.0	165	10.0				
54	12.0	110	11.0	166	10.0		TOTAL	10º Ano	49
55	12.0	111	11.0	167	10.0			11º Ano	116
56	12.0	112	11.0	168	10.0			12º Ano	12

QUADRO IV									
Localidade de residência dos inquiridos									
1	Marrazes	57	Parceiros	113	Azoia	169	Leiria		
2	Maceira	58	Bidoeira de Cima	114	Colmeias	170	Marinha Grande		
3	Marrazes	59	Pousos	115	Leiria	171	Leiria		
4	Maceira	60	Parceiros	116	Caranguejeira	172	Parceiros		
5	Maceira	61	Leiria	117	Pousos	173	Parceiros		
6	Fátima	62	Leiria	118	Azoia	174	Leiria		
7	Bidoeira de Cima	63	Leiria	119	Leiria	175	Bidoeira de Cima		
8	Ortigosa	64	Caranguejeira	120	Cortes	176	Marinha Grande		
9	Pousos	65	Marrazes	121	Leiria	177	Leiria		
10	Santa Eufémia	66	Leiria	122	Marrazes				
11	Pousos	67	Barreira	123	Colmeias				
12	Arrabal	68	Leiria	124	Leiria				
13	Santa Catarina	69	Parceiros	125	Leiria				
14	Maceira	70	Caranguejeira	126	Leiria				
15	Maceira	71	Leiria	127	Santa Eufémia				
16	Caranguejeira	72	Leiria	128	Santa Catarina				
17	Leiria	73	Leiria	129	Leiria				
18	Pousos	74	Leiria	130	Leiria				
19	Caranguejeira	75	Leiria	131	Amor				
20	Leiria	76	Pousos	132	Leiria				
21	Marrazes	77	Telheiro	133	Leiria				
22	Milagres	78	Santa Eufémia	134	Bidoeira de Cima				
23	BoaVista	79	Leiria	135	Ortigosa				
24	Santa C. da Serra	89	Leiria	136	Boa Vista				
25	Leiria	81	Albergaria dos Doze	137	Leiria	TOTAL	Marrazes		10
26	Colmeias	82	Parceiros	138	Maceira		Maceira		12
27	Leiria	83	Leiria	139	Batalha		Fátima		1
28	Marrazes	84	Soutocico	140	Amor		Bidoeira de Cima		8
29	Pousos	85	Milagres	141	Bidoeira de Cima		Ortigosa		2
30	Parceiros	86	Pousos	142	Leiria		Pousos		19
31	Santa Catarina	87	Amor	143	Pousos		Santa Eufémia		4
32	Barreira	88	Barreira	144	Barosa		Arrabal		5
33	Pataias	89	Leiria	145	Pousos		Santa Catarina		4
34	Pousos	90	Arrabal	146	Leiria		Caranguejeira		9
35	Azoia	91	Arrabal	147	Monte Real		Leiria		49
36	Pousos	92	Bidoeira de Cima	148	Marrazes		Milagres		3
37	Parceiros	93	Souto da Calpalhosa	149	Carmide		Boavista		2
37	Amor	94	Pousos	150	Cortes		Santa C. da Serra		1
39	Leiria	95	Bidoeira de Cima	151	Leiria		Colmeias		5
40	Leiria	96	Amor	152	Leiria		Parceiros		9
41	Leiria	97	Bidoeira de Cima	153	Marrazes		Barreira		4
42	Pousos	98	Quintas do Sinal	154	Cortes		Pataias		1
43	Maceira	99	Milagres	155	Batalha		Azoia		3
44	Pousos	100	Colmeias	156	Maceira		Amor		5
45	Leiria	101	Cortes	157	Pousos		Barosa		3
46	Barosa	102	Cortes	158	Pareiros		Souto da Carpalhosa		1
47	Leiria	103	Santa Catarina da Serra	159	Arrabal		Reguengos do Feital		1
48	Souto da Carpalhosa	104	Santa Eufémia	160	Pousos		Telheiro		1
49	Pousos	105	Caranguejeira	161	Arrabal		Albergaria dos Doze		1
50	Leiria	106	Leiria	162	Maceira		Quintas do Sinal		1
51	Colmeias	107	Maceira	163	Barreira		Soutocico		1
52	Maceira	108	Leiria	164	Caranguejeira		Cortes		5
53	Leiria	109	Caranguejeira	165	Caranguejeira		Monte Real		4
54	Leiria	110	Barosa	166	Maceira		Carmide		1
55	Reguengo do Feital	111	Marrazes	167	Marrazes		Batalha		2
56	Leiria	112	Leiria	168	Pousos		Marinha Grande		2

QUADRO V										
Televisão Cabo/Satélite em casa										
1	1.0	57	1.0	113	1.0	169	1.0			
2	1.0	58	1.0	114	2.0	170	1.0			
3	1.0	59	1.0	115	1.0	171	2.0			
4	2.0	60	1.0	116	1.0	172	1.0			
5	1.0	61	1.0	117	1.0	173	1.0			
6	1.0	62	1.0	118	1.0	174	1.0			
7	1.0	63	1.0	119	2.0	175	1.0			
8	2.0	64	2.0	120	1.0	176	1.0			
9	2.0	65	1.0	121	1.0	177	1.0			
10	1.0	66	1.0	122	1.0					
11	1.0	67	1.0	123	1.0					
12	1.0	68	1.0	124	2.0					
13	1.0	69	1.0	125	1.0					
14	1.0	70	2.0	126	1.0					
15	2.0	71	1.0	127	1.0					
16	1.0	72	1.0	128	2.0					
17	2.0	73	1.0	129	1.0					
18	1.0	74	1.0	130	1.0					
19	2.0	75	1.0	131	1.0					
20	1.0	76	2.0	132	1.0					
21	1.0	77	1.0	133	1.0					
22	2.0	78	2.0	134	1.0					
23	1.0	79	1.0	135	2.0					
24	1.0	89	1.0	136	1.0					
25	1.0	81	1.0	137	1.0					
26	2.0	82	2.0	138	2.0					
27	1.0	83	1.0	139	1.0					
28	1.0	84	1.0	140	1.0					
29	1.0	85	1.0	141	2.0					
30	1.0	86	1.0	142	1.0					
31	1.0	87	1.0	143	1.0					
32	1.0	88	2.0	144	1.0					
33	2.0	89	1.0	145	1.0					
34	1.0	90	1.0	146	1.0					
35	1.0	91	2.0	147	1.0					
36	1.0	92	1.0	148	1.0					
37	2.0	93	1.0	149	1.0					
37	1.0	94	1.0	150	2.0					
39	1.0	95	1.0	151	1.0					
40	1.0	96	2.0	152	1.0					
41	1.0	97	2.0	153	1.0					
42	1.0	98	2.0	154	1.0					
43	1.0	99	1.0	155	1.0					
44	1.0	100	1.0	156	1.0					
45	1.0	101	2.0	157	1.0					
46	1.0	102	1.0	158	1.0					
47	1.0	103	1.0	159	1.0					
48	2.0	104	1.0	160	1.0					
49	1.0	105	1.0	161	1.0					
50	1.0	106	1.0	162	2.0					
51	1.0	107	2.0	163	1.0					
52	1.0	108	1.0	164	1.0			LEGENDA	Sim	1
53	1.0	109	1.0	165	1.0				Não	2
54	2.0	110	2.0	166	2.0					
55	1.0	111	1.0	167	1.0			TOTAL	Sim	141
56	1.0	112	1.0	168	1.0				Não	36

QUADRO VI										
Televisão à Semana - Minutos										
1	120.0	57	60.0	113	180.0	169	60.0			
2	30.0	58	120.0	114	60.0	170	0.0			
3	60.0	59	120.0	115	60.0	171	60.0			
4	120.0	60	120.0	116	240.0	172	0.0			
5	60.0	61	120.0	117	120.0	173	180.0			
6	240.0	62	120.0	118	120.0	174	30.0			
7	60.0	63	240.0	119	240.0	175	180.0			
8	2.0	64	30.0	120	240.0	176	60.0			
9	120.0	65	30.0	121	180.0	177	120.0			
10	120.0	66	180.0	122	60.0					
11	120.0	67	120.0	123	60.0					
12	60.0	68	120.0	124	60.0					
13	120.0	69	60.0	125	300.0					
14	60.0	70	60.0	126	0.0					
15	120.0	71	60.0	127	240.0					
16	300.0	72	150.0	128	60.0					
17	60.0	73	60.0	129	60.0					
18	120.0	74	60.0	130	360.0					
19	30.0	75	60.0	131	120.0					
20	30.0	76	120.0	132	240.0					
21	30.0	77	180.0	133	300.0					
22	240.0	78	60.0	134	120.0					
23	300.0	79	60.0	135	300.0					
24	0.0	89	60.0	136	180.0					
25	120.0	81	60.0	137	60.0					
26	0.0	82	0.0	138	120.0					
27	600.0	83	120.0	139	120.0					
28	720.0	84	30.0	140	150.0					
29	60.0	85	240.0	141	180.0					
30	60.0	86	120.0	142	60.0					
31	60.0	87	900.0	143	60.0					
32	120.0	88	60.0	144	240.0					
33	60.0	89	120.0	145	120.0					
34	90.0	90	540.0	146	120.0					
35	120.0	91	60.0	147	120.0					
36	360.0	92	300.0	148	120.0					
37	60.0	93	180.0	149	120.0					
37	240.0	94	180.0	150	240.0					
39	60.0	95	180.0	151	60.0					
40	60.0	96	180.0	152	60.0					
41	360.0	97	0.0	153	20.0					
42	300.0	98	240.0	154	120.0					
43	60.0	99	60.0	155	0.0					
44	0.0	100	180.0	156	360.0					
45	120.0	101	120.0	157	720.0					
46	20.0	102	180.0	158	720.0					
47	120.0	103	90.0	159	60.0					
48	60.0	104	180.0	160	60.0					
49	30.0	105	60.0	161	60.0					
50	60.0	106	240.0	162	120.0					
51	60.0	107	180.0	163	240.0					
52	300.0	108	60.0	164	60.0					
53	60.0	109	180.0	165	180.0					
54	120.0	110	180.0	166	180.0					
55	«120.0	111	420.0	167	30.0					
56	240.0	112	60.0	168	30.0					

QUADRO VII										
Televisão ao Sábado - Minutos										
1	180.0	57	120.0	113	240.0	169	60.0			
2	90.0	58	120.0	114	120.0	170	0.0			
3	120.0	59	120.0	115	60.0	171	60.0			
4	120.0	60	180.0	116	240.0	172	0.0			
5	0.0	61	120.0	117	60.0	173	180.0			
6	300.0	62	180.0	118	0.0	174	30.0			
7	60.0	63	240.0	119	360.0	175	180.0			
8	120.0	64	240.0	120	300.0	176	60.0			
9	180.0	65	120.0	121	190.0	177	120.0			
10	240.0	66	180.0	122	120.0					
11	240.0	67	0.0	123	240.0					
12	180.0	68	120.0	124	5.0					
13	240.0	69	240.0	125	360.0					
14	120.0	70	180.0	126	0.0					
15	180.0	71	60.0	127	240.0					
16	360.0	72	300.0	128	120.0					
17	60.0	73	180.0	129	60.0					
18	180.0	74	180.0	130	420.0					
19	30.0	75	180.0	131	60.0					
20	120.0	76	180.0	132	360.0					
21	0.0	77	180.0	133	180.0					
22	120.0	78	120.0	134	180.0					
23	360.0	79	120.0	135	120.0					
24	30.0	89	180.0	136	180.0					
25	180.0	81	120.0	137	0.0					
26	0.0	82	420.0	138	120.0					
27	120.0	83	120.0	139	180.0					
28	60.0	84	120.0	140	0.0					
29	60.0	85	720.0	141	360.0					
30	120.0	86	120.0	142	60.0					
31	0.0	87	360.0	143	0.0					
32	180.0	88	120.0	144	360.0					
33	180.0	89	120.0	145	120.0					
34	180.0	90	240.0	146	0.0					
35	180.0	91	30.0	147	180.0					
36	180.0	92	60.0	148	300.0					
37	240.0	93	420.0	149	240.0					
37	240.0	94	240.0	150	360.0					
39	180.0	95	240.0	151	60.0					
40	240.0	96	240.0	152	120.0					
41	420.0	97	180.0	153	120.0					
42	0.0	98	180.0	154	180.0					
43	60.0	99	120.0	155	0.0					
44	0.0	100	120.0	156	360.0					
45	120.0	101	180.0	157	0.0					
46	60.0	102	60.0	158	300.0					
47	180.0	103	150.0	159	0.0					
48	30.0	104	420.0	160	240.0					
49	60.0	105	120.0	161	0.0					
50	180.0	106	180.0	162	180.0					
51	240.0	107	300.0	163	240.0					
52	120.0	108	60.0	164	120.0					
53	120.0	109	420.0	165	300.0					
54	180.0	110	420.0	166	300.0					
55	60.0	111	540.0	167	240.0					
56	360.0	112	180.0	168	60.0					

QUADRO VIII										
Televisão ao Domingo - Minutos										
1	180.0	57	60.0	113	480.0	169	180.0			
2	0.0	58	240.0	114	180.0	170	0.0			
3	120.0	59	180.0	115	60.0	171	120.0			
4	120.0	60	180.0	116	240.0	172	120.0			
5	180.0	61	180.0	117	0.0	173	60.0			
6	300.0	62	60.0	118	60.0	174	60.0			
7	60.0	63	60.0	119	360.0	175	0.0			
8	180.0	64	180.0	120	300.0	176	60.0			
9	300.0	65	180.0	121	60.0	177	0.0			
10	240.0	66	240.0	122	60.0					
11	180.0	67	0.0	123	180.0					
12	180.0	68	120.0	124	5.0					
13	300.0	69	240.0	125	360.0					
14	120.0	70	240.0	126	90.0					
15	180.0	71	60.0	127	120.0					
16	360.0	72	300.0	128	120.0					
17	120.0	73	180.0	129	60.0					
18	180.0	74	180.0	130	480.0					
19	30.0	75	180.0	131	120.0					
20	180.0	76	180.0	132	360.0					
21	0.0	77	180.0	133	360.0					
22	300.0	78	120.0	134	180.0					
23	300.0	79	180.0	135	60.0					
24	30.0	89	180.0	136	240.0					
25	180.0	81	120.0	137	0.0					
26	0.0	82	300.0	138	60.0					
27	120.0	83	180.0	139	240.0					
28	120.0	84	120.0	140	0.0					
29	0.0	85	720.0	141	300.0					
30	180.0	86	120.0	142	120.0					
31	60.0	87	360.0	143	0.0					
32	120.0	88	120.0	144	480.0					
33	240.0	89	240.0	145	120.0					
34	180.0	90	180.0	146	120.0					
35	120.0	91	120.0	147	180.0					
36	180.0	92	60.0	148	300.0					
37	240.0	93	300.0	149	240.0					
37	240.0	94	240.0	150	360.0					
39	120.0	95	60.0	151	120.0					
40	180.0	96	120.0	152	120.0					
41	300.0	97	240.0	153	120.0					
42	0.0	98	120.0	154	240.0					
43	60.0	99	120.0	155	0.0					
44	120.0	100	120.0	156	360.0					
45	120.0	101	240.0	157	0.0					
46	60.0	102	300.0	158	300.0					
47	180.0	103	90.0	159	60.0					
48	30.0	104	120.0	160	0.0					
49	240.0	105	60.0	161	60.0					
50	60.0	106	120.0	162	90.0					
51	120.0	107	240.0	163	360.0					
52	120.0	108	120.0	164	120.0					
53	120.0	109	360.0	165	300.0					
54	180.0	110	360.0	166	240.0					
55	60.0	111	720.0	167	180.0					
56	360.0	112	180.0	168	60.0					

QUADRO XIX									
Estudar/Realizar os Trabalhos de Casa à Semana - Minutos									
1	90.0	57	0.0	113	90.0	169	30.0		
2	90.0	58	60.0	114	60.0	170	120.0		
3	60.0	59	0.0	115	60.0	171	240.0		
4	120.0	60	60.0	116	90.0	172	0.0		
5	60.0	61	60.0	117	60.0	173	0.0		
6	0.0	62	180.0	118	120.0	174	60.0		
7	60.0	63	120.0	119	60.0	175	120.0		
8	300.0	64	120.0	120	60.0	176	0.0		
9	60.0	65	90.0	121	120.0	177	0.0		
10	60.0	66	30.0	122	60.0				
11	60.0	67	0.0	123	30.0				
12	60.0	68	30.0	124	60.0				
13	60.0	69	120.0	125	60.0				
14	0.0	70	120.0	126	120.0				
15	120.0	71	0.0	127	180.0				
16	0.0	72	60.0	128	60.0				
17	120.0	73	60.0	129	60.0				
18	300.0	74	60.0	130	30.0				
19	60.0	75	60.0	131	60.0				
20	60.0	76	180.0	132	30.0				
21	60.0	77	60.0	133	60.0				
22	60.0	78	180.0	134	15.0				
23	60.0	79	180.0	135	90.0				
24	60.0	89	120.0	136	90.0				
25	120.0	81	60.0	137	0.0				
26	60.0	82	30.0	138	180.0				
27	180.0	83	120.0	139	120.0				
28	180.0	84	60.0	140	60.0				
29	60.0	85	120.0	141	30.0				
30	30.0	86	0.0	142	120.0				
31	60.0	87	300.0	143	60.0				
32	60.0	88	60.0	144	60.0				
33	60.0	89	90.0	145	60.0				
34	60.0	90	120.0	146	60.0				
35	120.0	91	60.0	147	60.0				
36	30.0	92	30.0	148	60.0				
37	60.0	93	60.0	149	30.0				
37	30.0	94	60.0	150	60.0				
39	180.0	95	0.0	151	30.0				
40	120.0	96	60.0	152	60.0				
41	30.0	97	60.0	153	30.0				
42	30.0	98	180.0	154	0.0				
43	0.0	99	15.0	155	0.0				
44	0.0	100	60.0	156	60.0				
45	30.0	101	60.0	157	60.0				
46	0.0	102	60.0	158	0.0				
47	60.0	103	45.0	159	150.0				
48	60.0	104	30.0	160	120.0				
49	120.0	105	10.0	161	150.0				
50	120.0	106	120.0	162	30.0				
51	240.0	107	60.0	163	60.0				
52	60.0	108	180.0	164	15.0				
53	0.0	109	60.0	165	120.0				
54	60.0	110	120.0	166	60.0				
55	180.0	111	30.0	167	60.0				
56	120.0	112	60.0	168	30.0				

QUADRO X										
Estudar/Realizar os Trabalhos de Casa ao Sábado - Minutos										
1	180.0	57	0.0	113	60.0	169	30.0			
2	120.0	58	120.0	114	120.0	170	120.0			
3	30.0	59	60.0	115	30.0	171	180.0			
4	180.0	60	60.0	116	90.0	172	0.0			
5	0.0	61	60.0	117	120.0	173	0.0			
6	0.0	62	120.0	118	120.0	174	60.0			
7	120.0	63	120.0	119	120.0	175	0.0			
8	60.0	64	120.0	120	60.0	176	0.0			
9	0.0	65	120.0	121	60.0	177	0.0			
10	60.0	66	0.0	122	60.0					
11	60.0	67	0.0	123	60.0					
12	120.0	68	30.0	124	120.0					
13	0.0	69	180.0	125	60.0					
14	180.0	70	180.0	126	60.0					
15	300.0	71	0.0	127	120.0					
16	0.0	72	60.0	128	120.0					
17	60.0	73	60.0	129	0.0					
18	60.0	74	120.0	130	120.0					
19	30.0	75	120.0	131	60.0					
20	180.0	76	240.0	132	60.0					
21	60.0	77	0.0	133	0.0					
22	120.0	78	120.0	134	180.0					
23	30.0	79	60.0	135	60.0					
24	0.0	89	180.0	136	180.0					
25	180.0	81	60.0	137	0.0					
26	0.0	82	0.0	138	180.0					
27	60.0	83	60.0	139	60.0					
28	60.0	84	60.0	140	0.0					
29	60.0	85	120.0	141	30.0					
30	60.0	86	0.0	142	60.0					
31	180.0	87	180.0	143	0.0					
32	120.0	88	60.0	144	60.0					
33	120.0	89	60.0	145	60.0					
34	120.0	90	30.0	146	0.0					
35	240.0	91	120.0	147	0.0					
36	0.0	92	0.0	148	120.0					
37	300.0	93	60.0	149	120.0					
37	0.0	94	0.0	150	120.0					
39	60.0	95	0.0	151	0.0					
40	0.0	96	0.0	152	120.0					
41	0.0	97	0.0	153	60.0					
42	0.0	98	180.0	154	0.0					
43	60.0	99	0.0	155	0.0					
44	0.0	100	0.0	156	60.0					
45	0.0	101	0.0	157	60.0					
46	0.0	102	0.0	158	0.0					
47	120.0	103	60.0	159	0.0					
48	30.0	104	120.0	160	0.0					
49	60.0	105	0.0	161	0.0					
50	180.0	106	180.0	162	0.0					
51	120.0	107	60.0	163	60.0					
52	60.0	108	120.0	164	0.0					
53	0.0	109	120.0	165	120.0					
54	90.0	110	180.0	166	120.0					
55	0.0	111	50.0	167	120.0					
56	120.0	112	120.0	168	60.0					

QUADRO XI									
Estudar/Realizar os Trabalhos de Casa ao Domingo - Minutos									
1	180.0	57	0.0	113	120.0	169	30.0		
2	120.0	58	0.0	114	60.0	170	60.0		
3	30.0	59	0.0	115	0.0	171	60.0		
4	0.0	60	60.0	116	90.0	172	60.0		
5	120.0	61	120.0	117	60.0	173	0.0		
6	0.0	62	30.0	118	0.0	174	0.0		
7	60.0	63	60.0	119	12.0	175	0.0		
8	0.0	64	240.0	120	0.0	176	0.0		
9	120.0	65	120.0	121	60.0	177	0.0		
10	0.0	66	0.0	122	30.0				
11	0.0	67	60.0	123	0.0				
12	60.0	68	30.0	124	30.0				
13	60.0	69	180.0	125	60.0				
14	60.0	70	300.0	126	0.0				
15	300.0	71	0.0	127	60.0				
16	0.0	72	60.0	128	120.0				
17	60.0	73	60.0	129	0.0				
18	120.0	74	120.0	130	60.0				
19	30.0	75	120.0	131	0.0				
20	120.0	76	240.0	132	60.0				
21	0.0	77	0.0	133	60.0				
22	0.0	78	300.0	134	180.0				
23	0.0	79	0.0	135	30.0				
24	30.0	89	180.0	136	180.0				
25	240.0	81	60.0	137	0.0				
26	120.0	82	0.0	138	180.0				
27	60.0	83	60.0	139	60.0				
28	60.0	84	30.0	140	0.0				
29	60.0	85	120.0	141	30.0				
30	0.0	86	0.0	142	60.0				
31	0.0	87	180.0	143	0.0				
32	60.0	88	120.0	144	60.0				
33	120.0	89	60.0	145	60.0				
34	0.0	90	30.0	146	60.0				
35	120.0	91	60.0	147	0.0				
36	0.0	92	0.0	148	120.0				
37	300.0	93	30.0	149	120.0				
37	0.0	94	60.0	150	60.0				
39	60.0	95	0.0	151	60.0				
40	120.0	96	0.0	152	20.0				
41	0.0	97	60.0	153	0.0				
42	0.0	98	60.0	154	0.0				
43	0.0	99	60.0	155	0.0				
44	0.0	100	60.0	156	60.0				
45	0.0	101	0.0	157	120.0				
46	30.0	102	60.0	158	0.0				
47	120.0	103	120.0	159	0.0				
48	0.0	104	60.0	160	120.0				
49	180.0	105	0.0	161	0.0				
50	180.0	106	60.0	162	0.0				
51	300.0	107	60.0	163	0.0				
52	60.0	108	30.0	164	0.0				
53	0.0	109	60.0	165	120.0				
54	90.0	110	180.0	166	120.0				
55	0.0	111	120.0	167	60.0				
56	120.0	112	0.0	168	60.0				

QUADRO XII										
Ler à Semana - Minutos										
1	0.0	57	120.0	113	30.0	169	30.0			
2	0.0	58	60.0	114	30.0	170	120.0			
3	0.0	59	0.0	115	10.0	171	0.0			
4	120.0	60	60.0	116	10.0	172	0.0			
5	60.0	61	60.0	117	60.0	173	15.0			
6	0.0	62	120.0	118	50.0	174	0.0			
7	0.0	63	60.0	119	30.0	175	60.0			
8	0.0	64	30.0	120	0.0	176	0.0			
9	0.0	65	0.0	121	60.0	177	0.0			
10	0.0	66	30.0	122	30.0					
11	0.0	67	0.0	123	0.0					
12	60.0	68	60.0	124	60.0					
13	0.0	69	0.0	125	0.0					
14	60.0	70	30.0	126	0.0					
15	0.0	71	0.0	127	60.0					
16	0.0	72	60.0	128	60.0					
17	120.0	73	0.0	129	60.0					
18	0.0	74	0.0	130	0.0					
19	0.0	75	0.0	131	60.0					
20	0.0	76	60.0	132	0.0					
21	30.0	77	0.0	133	60.0					
22	60.0	78	30.0	134	0.0					
23	60.0	79	0.0	135	250.0					
24	30.0	89	60.0	136	60.0					
25	60.0	81	60.0	137	0.0					
26	300.0	82	0.0	138	0.0					
27	180.0	83	0.0	139	30.0					
28	180.0	84	60.0	140	60.0					
29	30.0	85	0.0	141	15.0					
30	120.0	86	0.0	142	60.0					
31	120.0	87	180.0	143	0.0					
32	180.0	88	60.0	144	60.0					
33	30.0	89	600.0	145	60.0					
34	30.0	90	0.0	146	0.0					
35	60.0	91	30.0	147	0.0					
36	0.0	92	0.0	148	0.0					
37	30.0	93	180.0	149	30.0					
37	0.0	94	0.0	150	60.0					
39	60.0	95	0.0	151	120.0					
40	0.0	96	60.0	152	0.0					
41	0.0	97	60.0	153	60.0					
42	0.0	98	60.0	154	0.0					
43	60.0	99	0.0	155	0.0					
44	0.0	100	0.0	156	0.0					
45	30.0	101	60.0	157	60.0					
46	300.0	102	0.0	158	0.0					
47	120.0	103	30.0	159	10.0					
48	300.0	104	30.0	160	120.0					
49	60.0	105	60.0	161	10.0					
50	60.0	106	60.0	162	30.0					
51	60.0	107	60.0	163	0.0					
52	60.0	108	240.0	164	0.0					
53	120.0	109	60.0	165	0.0					
54	60.0	110	20.0	166	0.0					
55	120.0	111	10.0	167	180.0					
56	60.0	112	0.0	168	0.0					

QUADRO XIII										
Ler ao Sábado - Minutos										
1	60.0	57	60.0	113	0.0	169	30.0			
2	0.0	58	180.0	114	0.0	170	0.0			
3	0.0	59	0.0	115	0.0	171	0.0			
4	120.0	60	60.0	116	10.0	172	30.0			
5	0.0	61	60.0	117	60.0	173	15.0			
6	0.0	62	240.0	118	0.0	174	0.0			
7	0.0	63	60.0	119	60.0	175	0.0			
8	0.0	64	60.0	120	0.0	176	0.0			
9	0.0	65	0.0	121	60.0	177	0.0			
10	0.0	66	0.0	122	30.0					
11	0.0	67	0.0	123	0.0					
12	60.0	68	30.0	124	60.0					
13	0.0	69	0.0	125	0.0					
14	120.0	70	60.0	126	0.0					
15	0.0	71	0.0	127	60.0					
16	0.0	72	60.0	128	0.0					
17	180.0	73	0.0	129	0.0					
18	0.0	74	0.0	130	0.0					
19	0.0	75	0.0	131	0.0					
20	0.0	76	60.0	132	0.0					
21	30.0	77	0.0	133	0.0					
22	0.0	78	60.0	134	0.0					
23	0.0	79	60.0	135	30.0					
24	30.0	89	120.0	136	0.0					
25	0.0	81	0.0	137	0.0					
26	360.0	82	0.0	138	0.0					
27	180.0	83	0.0	139	30.0					
28	180.0	84	60.0	140	0.0					
29	30.0	85	0.0	141	0.0					
30	180.0	86	0.0	142	120.0					
31	0.0	87	180.0	143	0.0					
32	180.0	88	60.0	144	60.0					
33	30.0	89	240.0	145	60.0					
34	60.0	90	0.0	146	0.0					
35	0.0	91	120.0	147	0.0					
36	0.0	92	0.0	148	0.0					
37	60.0	93	180.0	149	60.0					
37	0.0	94	0.0	150	60.0					
39	60.0	95	0.0	151	60.0					
40	0.0	96	120.0	152	0.0					
41	0.0	97	0.0	153	120.0					
42	0.0	98	60.0	154	0.0					
43	0.0	99	0.0	155	0.0					
44	0.0	100	0.0	156	0.0					
45	0.0	101	60.0	157	0.0					
46	600.0	102	0.0	158	0.0					
47	0.0	103	30.0	159	0.0					
48	60.0	104	30.0	160	120.0					
49	60.0	105	0.0	161	0.0					
50	60.0	106	60.0	162	30.0					
51	30.0	107	120.0	163	0.0					
52	60.0	108	180.0	164	0.0					
53	240.0	109	60.0	165	60.0					
54	90.0	110	60.0	166	60.0					
55	0.0	111	0.0	167	12.0					
56	120.0	112	0.0	168	30.0					

QUADRO XIV										
Ler ao Domingo - Minutos										
1	60.0	57	60.0	113	30.0	169	30.0			
2	0.0	58	120.0	114	0.0	170	0.0			
3	0.0	59	0.0	115	0.0	171	0.0			
4	120.0	60	60.0	116	10.0	172	0.0			
5	120.0	61	60.0	117	0.0	173	15.0			
6	0.0	62	240.0	118	0.0	174	0.0			
7	0.0	63	120.0	119	60.0	175	0.0			
8	0.0	64	60.0	120	0.0	176	0.0			
9	0.0	65	0.0	121	0.0	177	0.0			
10	0.0	66	0.0	122	60.0					
11	0.0	67	0.0	123	0.0					
12	0.0	68	30.0	124	30.0					
13	60.0	69	0.0	125	0.0					
14	0.0	70	0.0	126	0.0					
15	0.0	71	0.0	127	60.0					
16	0.0	72	60.0	128	0.0					
17	120.0	73	0.0	129	0.0					
18	0.0	74	0.0	130	0.0					
19	0.0	75	0.0	131	0.0					
20	0.0	76	60.0	132	0.0					
21	0.0	77	0.0	133	120.0					
22	0.0	78	30.0	134	0.0					
23	0.0	79	60.0	135	15.0					
24	30.0	89	120.0	136	0.0					
25	60.0	81	0.0	137	0.0					
26	300.0	82	0.0	138	0.0					
27	180.0	83	0.0	139	30.0					
28	180.0	84	60.0	140	0.0					
29	0.0	85	0.0	141	0.0					
30	180.0	86	0.0	142	0.0					
31	0.0	87	180.0	143	0.0					
32	120.0	88	60.0	144	60.0					
33	30.0	89	240.0	145	60.0					
34	60.0	90	0.0	146	0.0					
35	0.0	91	120.0	147	0.0					
36	0.0	92	0.0	148	0.0					
37	0.0	93	180.0	149	60.0					
37	0.0	94	60.0	150	60.0					
39	30.0	95	0.0	151	0.0					
40	0.0	96	0.0	152	0.0					
41	0.0	97	0.0	153	120.0					
42	0.0	98	60.0	154	0.0					
43	60.0	99	30.0	155	0.0					
44	0.0	100	0.0	156	0.0					
45	0.0	101	60.0	157	0.0					
46	720.0	102	0.0	158	0.0					
47	0.0	103	30.0	159	0.0					
48	60.0	104	0.0	160	0.0					
49	60.0	105	60.0	161	0.0					
50	0.0	106	60.0	162	30.0					
51	30.0	107	60.0	163	60.0					
52	60.0	108	180.0	164	0.0					
53	240.0	109	60.0	165	0.0					
54	90.0	110	60.0	166	60.0					
55	0.0	111	0.0	167	0.0					
56	180.0	112	0.0	168	30.0					

QUADRO XV										
Praticar Desporto à Semana - Minutos										
1	0.0	57	60.0	113	420.0	169	60.0			
2	0.0	58	0.0	114	120.0	170	0.0			
3	30.0	59	60.0	115	30.0	171	30.0			
4	120.0	60	60.0	116	30.0	172	240.0			
5	120.0	61	120.0	117	60.0	173	240.0			
6	30.0	62	120.0	118	120.0	174	0.0			
7	240.0	63	120.0	119	60.0	175	30.0			
8	0.0	64	30.0	120	35.0	176	180.0			
9	60.0	65	90.0	121	0.0	177	60.0			
10	120.0	66	0.0	122	60.0					
11	120.0	67	120.0	123	60.0					
12	120.0	68	120.0	124	30.0					
13	60.0	69	180.0	125	120.0					
14	120.0	70	30.0	126	240.0					
15	120.0	71	60.0	127	60.0					
16	120.0	72	60.0	128	60.0					
17	0.0	73	90.0	129	0.0					
18	0.0	74	90.0	130	0.0					
19	0.0	75	120.0	131	60.0					
20	120.0	76	30.0	132	0.0					
21	60.0	77	150.0	133	60.0					
22	120.0	78	30.0	134	90.0					
23	120.0	79	60.0	135	180.0					
24	30.0	89	120.0	136	30.0					
25	0.0	81	180.0	137	120.0					
26	0.0	82	0.0	138	60.0					
27	180.0	83	180.0	139	60.0					
28	180.0	84	120.0	140	60.0					
29	60.0	85	0.0	141	60.0					
30	0.0	86	60.0	142	0.0					
31	60.0	87	120.0	143	60.0					
32	120.0	88	60.0	144	60.0					
33	30.0	89	120.0	145	120.0					
34	300.0	90	480.0	146	120.0					
35	60.0	91	30.0	147	120.0					
36	180.0	92	0.0	148	0.0					
37	60.0	93	120.0	149	0.0					
37	120.0	94	120.0	150	180.0					
39	60.0	95	0.0	151	60.0					
40	120.0	96	0.0	152	0.0					
41	0.0	97	120.0	153	45.0					
42	180.0	98	60.0	154	120.0					
43	0.0	99	120.0	155	0.0					
44	0.0	100	420.0	156	120.0					
45	0.0	101	120.0	157	0.0					
46	60.0	102	120.0	158	120.0					
47	60.0	103	5.0	159	60.0					
48	180.0	104	180.0	160	0.0					
49	180.0	105	60.0	161	60.0					
50	0.0	106	60.0	162	15.0					
51	30.0	107	60.0	163	240.0					
52	240.0	108	360.0	164	15.0					
53	120.0	109	120.0	165	60.0					
54	30.0	110	150.0	166	150.0					
55	60.0	111	180.0	167	60.0					
56	120.0	112	120.0	168	30.0					

QUADRO XVI										
Praticar Desporto ao Sábado - Minutos										
1	0.0	57	60.0	113	120.0	169	120.0			
2	0.0	58	0.0	114	60.0	170	0.0			
3	60.0	59	120.0	115	30.0	171	0.0			
4	0.0	60	60.0	116	30.0	172	120.0			
5	0.0	61	120.0	117	0.0	173	300.0			
6	90.0	62	120.0	118	240.0	174	0.0			
7	180.0	63	60.0	119	60.0	175	0.0			
8	60.0	64	0.0	120	0.0	176	120.0			
9	0.0	65	90.0	121	0.0	177	0.0			
10	60.0	66	0.0	122	0.0					
11	30.0	67	0.0	123	60.0					
12	60.0	68	60.0	124	30.0					
13	0.0	69	60.0	125	120.0					
14	180.0	70	120.0	126	0.0					
15	60.0	71	60.0	127	120.0					
16	0.0	72	60.0	128	0.0					
17	60.0	73	0.0	129	0.0					
18	60.0	74	0.0	130	0.0					
19	0.0	75	0.0	131	0.0					
20	360.0	76	60.0	132	0.0					
21	60.0	77	90.0	133	60.0					
22	0.0	78	30.0	134	120.0					
23	60.0	79	0.0	135	15.0					
24	0.0	89	180.0	136	0.0					
25	0.0	81	120.0	137	0.0					
26	0.0	82	0.0	138	0.0					
27	0.0	83	120.0	139	60.0					
28	0.0	84	60.0	140	0.0					
29	60.0	85	0.0	141	0.0					
30	0.0	86	60.0	142	60.0					
31	0.0	87	0.0	143	0.0					
32	180.0	88	60.0	144	60.0					
33	60.0	89	0.0	145	120.0					
34	0.0	90	120.0	146	120.0					
35	0.0	91	120.0	147	0.0					
36	0.0	92	0.0	148	0.0					
37	0.0	93	30.0	149	0.0					
37	60.0	94	120.0	150	60.0					
39	0.0	95	0.0	151	120.0					
40	120.0	96	240.0	152	0.0					
41	0.0	97	0.0	153	0.0					
42	0.0	98	60.0	154	120.0					
43	0.0	99	60.0	155	0.0					
44	0.0	100	120.0	156	0.0					
45	0.0	101	0.0	157	0.0					
46	180.0	102	0.0	158	0.0					
47	180.0	103	5.0	159	0.0					
48	0.0	104	60.0	160	0.0					
49	0.0	105	0.0	161	0.0					
50	0.0	106	60.0	162	0.0					
51	0.0	107	120.0	163	120.0					
52	60.0	108	120.0	164	0.0					
53	0.0	109	60.0	165	60.0					
54	30.0	110	60.0	166	90.0					
55	0.0	111	190.0	167	30.0					
56	0.0	112	60.0	168	120.0					

QUADRO XVII										
Praticar Desporto ao Domingo - Minutos										
1	0.0	57	60.0	113	0.0	169	0.0			
2	0.0	58	0.0	114	0.0	170	0.0			
3	0.0	59	0.0	115	0.0	171	0.0			
4	0.0	60	60.0	116	30.0	172	60.0			
5	0.0	61	0.0	117	0.0	173	300.0			
6	60.0	62	0.0	118	0.0	174	0.0			
7	0.0	63	60.0	119	60.0	175	0.0			
8	0.0	64	60.0	120	0.0	176	0.0			
9	0.0	65	0.0	121	60.0	177	0.0			
10	60.0	66	0.0	122	0.					
11	0.0	67	0.0	123	0.0					
12	0.0	68	60.0	124	30.0					
13	0.0	69	0.0	125	0.0					
14	0.0	70	0.0	126	20.					
15	60.0	71	60.0	127	0.0					
16	0.0	72	60.0	128	0.0					
17	60.0	73	120.0	129	0.0					
18	0.0	74	120.0	130	0.0					
19	0.0	75	120.0	131	0.0					
20	180.0	76	60.0	132	0.0					
21	60.0	77	0.0	133	0.0					
22	0.0	78	30.0	134	60.0					
23	0.0	79	0.0	135	0.0					
24	0.0	89	180.0	136	0.0					
25	0.0	81	0.0	137	0.0					
26	0.0	82	0.0	138	0.0					
27	0.0	83	120.0	139	0.0					
28	0.0	84	60.0	140	0.0					
29	0.0	85	0.0	141	0.0					
30	0.0	86	60.0	142	180.0					
31	0.0	87	0.0	143	0.0					
32	120.0	88	60.0	144	60.0					
33	60.0	89	0.0	145	120.0					
34	0.0	90	60.0	146	60.0					
35	0.0	91	60.0	147	60.0					
36	0.0	92	0.0	148	0.0					
37	0.0	93	30.0	149	0.0					
37	60.0	94	0.0	150	60.0					
39	0.0	95	0.0	151	0.0					
40	0.0	96	60.0	152	0.0					
41	0.0	97	0.0	153	0.0					
42	0.0	98	60.0	154	0.0					
43	0.0	99	0.0	155	0.0					
44	0.0	100	60.0	156	0.0					
45	0.0	101	0.0	157	0.0					
46	180.0	102	0.0	158	120.0					
47	180.0	103	5.0	159	0.0					
48	0.0	104	0.0	160	0.0					
49	0.0	105	30.0	161	0.0					
50	0.0	106	60.0	162	0.0					
51	0.0	107	60.0	163	60.0					
52	60.0	108	120.0	164	0.0					
53	0.0	109	60.0	165	0.0					
54	30.0	110	120.0	166	0.0					
55	0.0	111	0.0	167	30.0					
56	0.0	112	60.0	168	30.0					

QUADRO XVIII										
Tarefas Domésticas à Semana - Minutos										
1	60.0	57	0.0	113	15.0	169	30.0			
2	90.0	58	0.0	114	60.0	170	120.0			
3	0.0	59	30.0	115	20.0	171	30.0			
4	60.0	60	0.0	116	30.0	172	30.0			
5	0.0	61	60.0	117	60.0	173	0.0			
6	0.0	62	0.0	118	0.0	174	60.0			
7	0.0	63	60.0	119	120.0	175	30.0			
8	60.0	64	15.0	120	60.0	176	0.0			
9	60.0	65	0.0	121	60.0	177	60.0			
10	120.0	66	30.0	122	60.0					
11	30.0	67	0.0	123	30.0					
12	60.0	68	10.0	124	60.0					
13	0.0	69	60.0	125	25.0					
14	0.0	70	0.0	126	0.0					
15	120.0	71	0.0	127	0.0					
16	0.0	72	30.0	128	0.0					
17	60.0	73	0.0	129	0.0					
18	180.0	74	60.0	130	60.0					
19	30.0	75	60.0	131	0.0					
20	15.0	76	60.0	132	0.0					
21	30.0	77	60.0	133	0.0					
22	0.0	78	30.0	134	30.0					
23	60.0	79	0.0	135	30.0					
24	15.0	80	180.0	136	30.0					
25	30.0	81	0.0	137	30.0					
26	0.0	82	60.0	138	30.0					
27	120.0	83	0.0	139	15.0					
28	300.0	84	15.0	140	30.0					
29	60.0	85	120.0	141	5.0					
30	60.0	86	0.0	142	60.0					
31	0.0	87	60.0	143	60.0					
32	60.0	88	0.0	144	60.0					
33	60.0	89	30.0	145	60.0					
34	30.0	90	0.0	146	0.0					
35	60.0	91	10.0	147	0.0					
36	0.0	92	0.0	148	30.0					
37	30.0	93	120.0	149	0.0					
37	0.0	94	60.0	150	0.0					
39	0.0	95	0.0	151	0.0					
40	60.0	96	60.0	152	0.0					
41	5.0	97	120.0	153	0.0					
42	0.0	98	180.0	154	0.0					
43	60.0	99	0.0	155	0.0					
44	0.0	100	60.0	156	30.0					
45	30.0	101	60.0	157	0.0					
46	30.0	102	0.0	158	0.0					
47	60.0	103	10.0	159	90.0					
48	60.0	104	30.0	160	0.0					
49	60.0	105	0.0	161	90.0					
50	0.0	106	12.0	162	5.0					
51	0.0	107	0.0	163	60.0					
52	120.0	108	120.0	164	0.0					
53	60.0	109	180.0	165	0.0					
54	30.0	110	120.0	166	20.0					
55	0.0	111	20.0	167	300.0					
56	60.0	112	60.0	168	30.0					

QUADRO XIX										
Tarefas Domésticas ao Sábado - Minutos										
1	60.0	57	0.0	113	0.0	169	30.0			
2	120.0	58	60.0	114	60.0	170	300.0			
3	0.0	59	0.0	115	60.0	171	30.0			
4	180.0	60	10.0	116	30.0	172	30.0			
5	300.0	61	60.0	117	60.0	173	0.0			
6	0.0	62	60.0	118	0.0	174	60.0			
7	0.0	63	60.0	119	240.0	175	0.0			
8	0.0	64	180.0	120	120.0	176	0.0			
9	0.0	65	0.0	121	60.0	177	0.0			
10	180.0	66	30.0	122	0.0					
11	0.0	67	0.0	123	60.0					
12	180.0	68	20.0	124	60.0					
13	120.0	69	60.0	125	10.0					
14	0.0	70	0.0	126	90.0					
15	180.0	71	0.0	127	60.0					
16	120.0	72	15.0	128	0.0					
17	90.0	73	0.0	129	0.0					
18	120.0	74	0.0	130	0.0					
19	30.0	75	60.0	131	60.0					
20	30.0	76	60.0	132	0.0					
21	60.0	77	180.0	133	0.0					
22	180.0	78	180.0	134	60.0					
23	60.0	79	0.0	135	5.0					
24	60.0	80	60.0	136	60.0					
25	90.0	81	60.0	137	0.0					
26	420.0	82	0.0	138	30.0					
27	60.0	83	0.0	139	15.0					
28	120.0	84	30.0	140	0.0					
29	120.0	85	720.0	141	5.0					
30	120.0	86	0.0	142	60.0					
31	0.0	87	0.0	143	0.0					
32	60.0	88	120.0	144	60.0					
33	120.0	89	120.0	145	60.0					
34	0.0	90	60.0	146	60.0					
35	60.0	91	30.0	147	0.0					
36	30.0	92	120.0	148	60.0					
37	30.0	93	360.0	149	60.0					
37	0.0	94	240.0	150	60.0					
39	0.0	95	60.0	151	0.0					
40	60.0	96	0.0	152	0.0					
41	5.0	97	240.0	153	0.0					
42	0.0	98	180.0	154	0.0					
43	60.0	99	0.0	155	0.0					
44	0.0	100	0.0	156	0.0					
45	30.0	101	0.0	157	0.0					
46	0.0	102	180.0	158	0.0					
47	60.0	103	30.0	159	300.0					
48	120.0	104	300.0	160	0.0					
49	0.0	105	0.0	161	300.0					
50	0.0	106	180.0	162	45.0					
51	60.0	107	90.0	163	60.0					
52	60.0	108	120.0	164	0.0					
53	60.0	109	120.0	165	180.0					
54	60.0	110	120.0	166	60.0					
55	0.0	111	20.0	167	180.0					
56	120.0	112	60.0	168	30.0					

QUADRO XX										
Tarefas Domésticas ao Domingo - Minutos										
1	120.0	57	0.0	113	0.0	169	30.0			
2	60.0	58	0.0	114	60.0	170	0.0			
3	0.0	59	0.0	115	20.0	171	0.0			
4	0.0	60	0.0	116	30.0	172	30.0			
5	0.0	61	60.0	117	0.0	173	0.0			
6	0.0	62	0.0	118	0.0	174	0.0			
7	0.0	63	120.0	119	60.0	175	0.0			
8	60.0	64	60.0	120	0.0	176	0.0			
9	60.0	65	0.0	121	120.0	177	0.0			
10	180.0	66	60.0	122	90.0					
11	0.0	67	0.0	123	0.0					
12	0.0	68	20.0	124	90.0					
13	0.0	69	60.0	125	10.0					
14	0.0	70	0.0	126	0.0					
15	120.0	71	0.0	127	120.0					
16	0.0	72	15.0	128	0.0					
17	10.0	73	0.0	129	0.0					
18	180.0	74	0.0	130	0.0					
19	0.0	75	60.0	131	0.0					
20	30.0	76	30.0	132	0.0					
21	60.0	77	0.0	133	60.0					
22	60.0	78	60.0	134	0.0					
23	60.0	79	0.0	135	0.0					
24	0.0	89	60.0	136	60.0					
25	60.0	81	0.0	137	0.0					
26	60.0	82	0.0	138	0.0					
27	0.0	83	0.0	139	15.0					
28	0.0	84	15.0	140	0.0					
29	60.0	85	720.0	141	5.0					
30	120.0	86	0.0	142	180.0					
31	0.0	87	0.0	143	0.0					
32	60.0	88	120.0	144	60.0					
33	60.0	89	60.0	145	60.0					
34	0.0	90	0.0	146	60.0					
35	60.0	91	60.0	147	60.0					
36	0.0	92	0.0	148	0.0					
37	30.0	93	240.0	149	0.0					
37	0.0	94	60.0	150	0.0					
39	0.0	95	0.0	151	0.0					
40	0.0	96	0.0	152	0.0					
41	5.0	97	180.0	153	0.0					
42	0.0	98	60.0	154	0.0					
43	60.0	99	0.0	155	0.0					
44	0.0	100	60.0	156	30.0					
45	30.0	101	0.0	157	0.0					
46	120.0	102	0.0	158	0.0					
47	60.0	103	30.0	159	0.0					
48	120.0	104	0.0	160	360.0					
49	60.0	105	0.0	161	0.0					
50	0.0	106	60.0	162	5.0					
51	0.0	107	0.0	163	0.0					
52	60.0	108	20.0	164	0.0					
53	0.0	109	60.0	165	120.0					
54	60.0	110	120.0	166	20.0					
55	180.0	111	20.0	167	60.0					
56	60.0	112	0.0	168	30.0					

QUADRO XXI										
Brincar na Rua/Sair com amigos à Semana - Minutos										
1	60.0	57	120.0	113	120.0	169	120.0			
2	60.0	58	180.0	114	240.0	170	0.0			
3	0.0	59	30.0	115	120.0	171	240.0			
4	60.0	60	90.0	116	0.0	172	60.0			
5	60.0	61	120.0	117	60.0	173	0.0			
6	0.0	62	60.0	118	60.0	174	180.0			
7	120.0	63	240.0	119	60.0	175	180.0			
8	0.0	64	30.0	120	60.0	176	0.0			
9	120.0	65	60.0	121	120.0	177	120.0			
10	0.0	66	300.0	122	240.0					
11	120.0	67	0.0	123	30.0					
12	180.0	68	60.0	124	300.0					
13	60.0	69	60.0	125	180.0					
14	60.0	70	0.0	126	0.0					
15	0.0	71	60.0	127	0.0					
16	0.0	72	120.0	128	0.0					
17	0.0	73	0.0	129	180.0					
18	60.0	74	0.0	130	180.0					
19	180.0	75	0.0	131	120.0					
20	60.0	76	60.0	132	120.0					
21	300.0	77	180.0	133	60.0					
22	420.0	78	0.0	134	120.0					
23	360.0	79	0.0	135	30.0					
24	0.0	89	60.0	136	30.0					
25	0.0	81	120.0	137	240.0					
26	0.0	82	0.0	138	0.0					
27	480.0	83	60.0	139	90.0					
28	480.0	84	0.0	140	60.0					
29	120.0	85	0.0	141	60.0					
30	240.0	86	180.0	142	180.0					
31	240.0	87	120.0	143	120.0					
32	120.0	88	0.0	144	60.0					
33	60.0	89	180.0	145	300.0					
34	60.0	90	0.0	146	120.0					
35	60.0	91	60.0	147	0.0					
36	0.0	92	120.0	148	90.0					
37	0.0	93	30.0	149	120.0					
37	120.0	94	0.0	150	120.0					
39	0.0	95	60.0	151	180.0					
40	0.0	96	180.0	152	60.0					
41	0.0	97	0.0	153	0.0					
42	420.0	98	300.0	154	120.0					
43	120.0	99	180.0	155	120.0					
44	240.0	100	120.0	156	60.0					
45	60.0	101	180.0	157	120.0					
46	240.0	102	180.0	158	0.0					
47	60.0	103	30.0	159	120.0					
48	60.0	104	120.0	160	240.0					
49	30.0	105	120.0	161	120.0					
50	0.0	106	120.0	162	0.0					
51	0.0	107	0.0	163	120.0					
52	180.0	108	60.0	164	120.0					
53	0.0	109	0.0	165	180.0					
54	30.0	110	120.0	166	60.0					
55	120.0	111	20.0	167	120.0					
56	180.0	112	0.0	168	120.0					

QUADRO XXII										
Brincar na Rua/Sair com amigos ao Sábado - Minutos										
1	120.0	57	360.0	113	600.0	169	240.0			
2	120.0	58	300.0	114	420.0	170	360.0			
3	120.0	59	600.0	115	120.0	171	120.0			
4	240.0	60	300.0	116	0.0	172	180.0			
5	180.0	61	300.0	117	60.0	173	300.0			
6	60.0	62	60.0	118	120.0	174	120.0			
7	180.0	63	60.0	119	180.0	175	0.0			
8	60.0	64	60.0	120	240.0	176	600.0			
9	240.0	65	300.0	121	120.0	177	0.0			
10	120.0	66	480.0	122	120.0					
11	240.0	67	240.0	123	120.0					
12	120.0	68	240.0	124	120.0					
13	120.0	69	180.0	125	180.0					
14	240.0	70	180.0	126	240.0					
15	120.0	71	60.0	127	120.0					
16	360.0	72	120.0	128	300.0					
17	0.0	73	240.0	129	240.0					
18	0.0	74	240.0	130	240.0					
19	300.0	75	180.0	131	120.0					
20	300.0	76	180.0	132	180.0					
21	300.0	77	600.0	133	180.0					
22	120.0	78	60.0	134	180.0					
23	180.0	79	0.0	135	60.0					
24	0.0	89	120.0	136	60.0					
25	180.0	81	240.0	137	0.0					
26	0.0	82	0.0	138	360.0					
27	180.0	83	60.0	139	360.0					
28	120.0	84	240.0	140	0.0					
29	120.0	85	0.0	141	60.0					
30	300.0	86	300.0	142	60.0					
31	360.0	87	300.0	143	0.0					
32	120.0	88	0.0	144	0.0					
33	300.0	89	600.0	145	300.0					
34	120.0	90	0.0	146	300.0					
35	60.0	91	120.0	147	120.0					
36	120.0	92	600.0	148	240.0					
37	300.0	93	120.0	149	120.0					
37	300.0	94	60.0	150	420.0					
39	420.0	95	180.0	151	300.0					
40	240.0	96	360.0	152	240.0					
41	0.0	97	120.0	153	240.0					
42	0.0	98	520.0	154	300.0					
43	240.0	99	120.0	155	120.0					
44	600.0	100	120.0	156	0.0					
45	180.0	101	120.0	157	30.0					
46	480.0	102	300.0	158	360.0					
47	180.0	103	5.0	159	0.0					
48	300.0	104	300.0	160	240.0					
49	0.0	105	0.0	161	0.0					
50	0.0	106	300.0	162	180.0					
51	180.0	107	60.0	163	60.0					
52	60.0	108	300.0	164	120.0					
53	120.0	109	180.0	165	300.0					
54	30.0	110	180.0	166	180.0					
55	240.0	111	60.0	167	120.0					
56	240.0	112	240.0	168	300.0					

QUADRO XXIII										
Brincar na Rua/Sair com amigos ao Domingo - Minutos										
1	0.0	57	0.0	113	0.0	169	120.0			
2	60.0	58	60.0	114	120.0	170	0.0			
3	0.0	59	300.0	115	60.0	171	120.0			
4	120.0	60	180.0	116	0.0	172	120.0			
5	180.0	61	60.0	117	120.0	173	0.0			
6	30.0	62	0.0	118	120.0	174	0.0			
7	120.0	63	120.0	119	120.0	175	0.0			
8	0.0	64	30.0	120	60.0	176	180.0			
9	0.0	65	0.0	121	120.0	177	0.0			
10	0.0	66	480.0	122	90.0					
11	120.0	67	0.0	123	0.0					
12	60.0	68	60.0	124	120.0					
13	0.0	69	0.0	125	0.0					
14	0.0	70	120.0	126	0.0					
15	120.0	71	0.0	127	350.0					
16	0.0	72	120.0	128	60.0					
17	0.0	73	0.0	129	240.0					
18	120.0	74	0.0	130	240.0					
19	300.0	75	0.0	131	0.0					
20	60.0	76	60.0	132	0.0					
21	240.0	77	720.0	133	120.0					
22	60.0	78	120.0	134	60.0					
23	60.0	79	120.0	135	30.0					
24	0.0	89	180.0	136	60.0					
25	0.0	81	120.0	137	0.0					
26	0.0	82	0.0	138	0.0					
27	0.0	83	60.0	139	180.0					
28	90.0	84	60.0	140	0.0					
29	360.0	85	0.0	141	60.0					
30	60.0	86	120.0	142	60.0					
31	360.0	87	240.0	143	0.0					
32	60.0	88	0.0	144	60.0					
33	0.0	89	0.0	145	300.0					
34	0.0	90	0.0	146	0.0					
35	0.0	91	60.0	147	60.0					
36	0.0	92	600.0	148	240.0					
37	0.0	93	180.0	149	0.0					
37	180.0	94	0.0	150	0.0					
39	300.0	95	60.0	151	300.0					
40	0.0	96	180.0	152	240.0					
41	0.0	97	0.0	153	0.0					
42	0.0	98	180.0	154	300.0					
43	120.0	99	30.0	155	0.0					
44	180.0	100	120.0	156	60.0					
45	60.0	101	120.0	157	0.0					
46	120.0	102	300.0	158	0.0					
47	0.0	103	5.0	159	300.0					
48	120.0	104	300.0	160	0.0					
49	180.0	105	60.0	161	300.0					
50	0.0	106	60.0	162	120.0					
51	60.0	107	0.0	163	0.0					
52	60.0	108	240.0	164	120.0					
53	0.0	109	60.0	165	300.0					
54	0.0	110	60.0	166	60.0					
55	120.0	111	0.0	167	120.0					
56	60.0	112	60.0	168	60.0					

QUADRO XXIV										
Jogar Computador/Navegar na Internet à Semana - Minutos										
1	60.0	57	180.0	113	120.0	169	120.0			
2	0.0	58	180.0	114	0.0	170	240.0			
3	120.0	59	60.0	115	30.0	171	240.0			
4	120.0	60	0.0	116	60.0	172	30.0			
5	180.0	61	60.0	117	0.0	173	180.0			
6	30.0	62	30.0	118	60.0	174	120.0			
7	60.0	63	0.0	119	0.0	175	240.0			
8	120.0	64	30.0	120	120.0	176	180.0			
9	120.0	65	60.0	121	120.0	177	0.0			
10	60.0	66	60.0	122	0.0					
11	60.0	67	0.0	123	15.0					
12	180.0	68	120.0	124	120.0					
13	60.0	69	60.0	125	180.0					
14	60.0	70	120.0	126	60.0					
15	180.0	71	60.0	127	350.0					
16	120.0	72	120.0	128	60.0					
17	180.0	73	60.0	129	400.0					
18	240.0	74	60.0	130	600.0					
19	60.0	75	60.0	131	180.0					
20	30.0	76	60.0	132	180.0					
21	300.0	77	220.0	133	180.0					
22	300.0	78	30.0	134	120.0					
23	60.0	79	0.0	135	60.0					
24	60.0	89	120.0	136	120.0					
25	240.0	81	120.0	137	180.0					
26	240.0	82	60.0	138	120.0					
27	240.0	83	120.0	139	120.0					
28	240.0	84	120.0	140	60.0					
29	120.0	85	0.0	141	120.0					
30	120.0	86	180.0	142	60.0					
31	120.0	87	600.0	143	60.0					
32	180.0	88	120.0	144	60.0					
33	60.0	89	180.0	145	120.0					
34	60.0	90	720.0	146	60.0					
35	60.0	91	20.0	147	120.0					
36	240.0	92	300.0	148	120.0					
37	30.0	93	180.0	149	60.0					
37	120.0	94	240.0	150	240.0					
39	120.0	95	180.0	151	120.0					
40	180.0	96	60.0	152	120.0					
41	60.0	97	60.0	153	120.0					
42	600.0	98	240.0	154	120.0					
43	120.0	99	120.0	155	0.0					
44	120.0	100	240.0	156	120.0					
45	30.0	101	120.0	157	120.0					
46	120.0	102	60.0	158	120.0					
47	60.0	103	60.0	159	90.0					
48	60.0	104	10.0	160	120.0					
49	30.0	105	300.0	161	90.0					
50	60.0	106	480.0	162	30.0					
51	60.0	107	60.0	163	60.0					
52	120.0	108	180.0	164	120.0					
53	240.0	109	120.0	165	120.0					
54	60.0	110	240.0	166	30.0					
55	240.0	111	60.0	167	0.0					
56	120.0	112	120.0	168	60.0					

QUADRO XXV										
Jogar Computador/Navegar na Internet ao Sábado - Minutos										
1	60.0	57	180.0	113	0.0	169	120.0			
2	60.0	58	240.0	114	0.0	170	120.0			
3	180.0	59	120.0	115	30.0	171	180.0			
4	120.0	60	0.0	116	60.0	172	120.0			
5	0.0	61	60.0	117	120.0	173	60.0			
6	60.0	62	120.0	118	120.0	174	60.0			
7	300.0	63	120.0	119	0.0	175	0.0			
8	180.0	64	30.0	120	120.0	176	300.0			
9	60.0	65	180.0	121	120.0	177	0.0			
10	120.0	66	60.0	122	0.0					
11	120.0	67	300.0	123	120.0					
12	240.0	68	120.0	124	180.0					
13	120.0	69	60.0	125	180.0					
14	120.0	70	240.0	126	60.0					
15	240.0	71	180.0	127	180.0					
16	60.0	72	120.0	128	180.0					
17	180.0	73	60.0	129	420.0					
18	60.0	74	60.0	130	600.0					
19	60.0	75	60.0	131	120.0					
20	0.0	76	120.0	132	300.0					
21	600.0	77	240.0	133	60.0					
22	420.0	78	0.0	134	280.0					
23	0.0	79	120.0	135	60.0					
24	120.0	89	30.0	136	0.0					
25	240.0	81	180.0	137	0.0					
26	120.0	82	420.0	138	60.0					
27	120.0	83	60.0	139	240.0					
28	60.0	84	120.0	140	0.0					
29	60.0	85	0.0	141	120.0					
30	180.0	86	120.0	142	0.0					
31	60.0	87	240.0	143	0.0					
32	180.0	88	180.0	144	60.0					
33	120.0	89	420.0	145	120.0					
34	120.0	90	350.0	146	60.0					
35	180.0	91	20.0	147	360.0					
36	0.0	92	240.0	148	300.0					
37	120.0	93	300.0	149	240.0					
37	120.0	94	120.0	150	360.0					
39	180.0	95	180.0	151	60.0					
40	300.0	96	0.0	152	120.0					
41	60.0	97	120.0	153	180.0					
42	0.0	98	180.0	154	120.0					
43	120.0	99	60.0	155	0.0					
44	0.0	100	180.0	156	0.0					
45	0.0	101	120.0	157	120.0					
46	120.0	102	60.0	158	120.0					
47	120.0	103	120.0	159	60.0					
48	60.0	104	60.0	160	0.0					
49	0.0	105	720.0	161	60.0					
50	60.0	106	600.0	162	60.0					
51	120.0	107	60.0	163	120.0					
52	360.0	108	30.0	164	120.0					
53	300.0	109	240.0	165	120.0					
54	120.0	110	480.0	166	60.0					
55	240.0	111	120.0	167	0.0					
56	180.0	112	120.0	168	120.0					

QUADRO XXVI										
Jogar Computador/Navegar na Internet ao Domingo - Minutos										
1	60.0	57	180.0	113	300.0	169	120.0			
2	0.0	58	240.0	114	0.0	170	0.0			
3	60.0	59	120.0	115	30.0	171	180.0			
4	60.0	60	0.0	116	60.0	172	120.0			
5	120.0	61	60.0	117	0.0	173	300.0			
6	120.0	62	0.0	118	120.0	174	0.0			
7	180.0	63	0.0	119	0.0	175	0.0			
8	120.0	64	30.0	120	60.0	176	300.0			
9	180.0	65	180.0	121	0.0	177	0.0			
10	60.0	66	120.0	122	0.0					
11	0.0	67	300.0	123	60.0					
12	180.0	68	120.0	124	180.0					
13	60.0	69	60.0	125	180.0					
14	120.0	70	120.0	126	0.0					
15	240.0	71	180.0	127	120.0					
16	60.0	72	120.0	128	60.0					
17	180.0	73	60.0	129	420.0					
18	120.0	74	60.0	130	600.0					
19	30.0	75	60.0	131	180.0					
20	60.0	76	240.0	132	300.0					
21	720.0	77	120.0	133	300.0					
22	420.0	78	0.0	134	150.0					
23	0.0	79	180.0	135	60.0					
24	60.0	89	60.0	136	20.0					
25	300.0	81	60.0	137	0.0					
26	300.0	82	420.0	138	60.0					
27	120.0	83	60.0	139	240.0					
28	120.0	84	120.0	140	0.0					
29	60.0	85	0.0	141	120.0					
30	180.0	86	120.0	142	0.0					
31	180.0	87	240.0	143	0.0					
32	60.0	88	120.0	144	60.0					
33	120.0	89	360.0	145	120.0					
34	120.0	90	300.0	146	60.0					
35	180.0	91	20.0	147	20.					
36	0.0	92	240.0	148	300.0					
37	120.0	93	240.0	149	240.0					
37	120.0	94	180.0	150	360.					
39	180.0	95	120.0	151	180.0					
40	180.0	96	0.0	152	120.0					
41	60.0	97	240.0	153	0.0					
42	0.0	98	180.0	154	120.0					
43	120.0	99	0.0	155	0.0					
44	120.0	100	60.0	156	0.0					
45	0.0	101	120.0	157	120.0					
46	120.0	102	60.0	158	120.0					
47	120.0	103	120.0	159	60.0					
48	60.0	104	0.0	160	0.0					
49	0.0	105	600.0	161	60.0					
50	60.0	106	600.0	162	0.0					
51	120.0	107	60.0	163	60.0					
52	360.0	108	60.0	164	120.0					
53	300.0	109	180.0	165	120.0					
54	120.0	110	429.0	166	30.0					
55	360.0	111	120.0	167	0.0					
56	180.0	112	60.0	168	120.0					

QUADRO XVII										
Televisão no Quarto										
1	1.0	57	2.0	113	1.0	169	2.0			
2	2.0	58	2.0	114	2.0	170	1.0			
3	1.0	59	1.0	115	2.0	171	1.0			
4	1.0	60	1.0	116	1.0	172	2.0			
5	1.0	61	1.0	117	1.0	173	1.0			
6	2.0	62	2.0	118	1.0	174	2.0			
7	2.0	63	2.0	119	1.0	175	2.0			
8	2.0	64	2.0	120	1.0	176	1.0			
9	2.0	65	1.0	121	1.0	177	1.0			
10	2.0	66	1.0	122	1.0					
11	2.0	67	2.0	123	1.0					
12	2.0	68	1.0	124	2.0					
13	2.0	69	1.0	125	1.0					
14	1.0	70	2.0	126	2.0					
15	2.0	71	1.0	127	2.0					
16	2.0	72	1.0	128	1.0					
17	2.0	73	2.0	129	1.0					
18	2.0	74	2.0	130	2.0					
19	2.0	75	1.0	131	2.0					
20	2.0	76	1.0	132	2.0					
21	1.0	77	2.0	133	2.0					
22	1.0	78	2.0	134	2.0					
23	1.0	79	1.0	135	1.0					
24	2.0	89	1.0	136	2.0					
25	2.0	81	1.0	137	1.0					
26	2.0	82	1.0	138	1.0					
27	2.0	83	2.0	139	2.0					
28	2.0	84	2.0	140	1.0					
29	2.0	85	1.0	141	2.0					
30	2.0	86	2.0	142	2.0					
31	1.0	87	2.0	143	1.0					
32	2.0	88	2.0	144	1.0					
33	1.0	89	1.0	145	1.0					
34	2.0	90	2.0	146	1.0					
35	1.0	91	2.0	147	1.0					
36	2.0	92	1.0	148	2.0					
37	1.0	93	2.0	149	1.0					
37	1.0	94	2.0	150	1.0					
39	2.0	95	2.0	151	1.0					
40	1.0	96	2.0	152	1.0					
41	2.0	97	2.0	153	2.0					
42	1.0	98	2.0	154	1.0					
43	1.0	99	1.0	155	1.0					
44	2.0	100	1.0	156	1.0					
45	1.0	101	2.0	157	1.0					
46	1.0	102	1.0	158	1.0					
47	2.0	103	2.0	159	2.0					
48	2.0	104	2.0	160	1.0					
49	1.0	105	2.0	161	2.0					
50	1.0	106	2.0	162	2.0					
51	1.0	107	1.0	163	1.0					
52	2.0	108	2.0	164	2.0			LEGENDA	Sim	1
53	1.0	109	1.0	165	2.0				Não	2
54	2.0	110	2.0	166	1.0					
55	2.0	111	1.0	167	2.0			TOTAL	Sim	86
56	1.0	112	1.0	168	2.0				Não	91

QUADRO XXVIII										
Número de Televisores em Casa										
1	4.0	57	4.0	113	3.0	169	4.0			
2	3.0	58	2.0	114	4.0	170	1.0			
3	2.0	59	4.0	115	3.0	171	3.0			
4	4.0	60	4.0	116	3.0	172	1.0			
5	2.0	61	5.0	117	4.0	173	4.0			
6	3.0	62	3.0	118	6.0	174	1.0			
7	2.0	63	2.0	119	3.0	175	4.0			
8	3.0	64	5.0	120	6.0	176	3.0			
9	4.0	65	4.0	121	3.0	177	6.0			
10	3.0	66	2.0	122	3.0					
11	2.0	67	3.0	123	4.0					
12	3.0	68	4.0	124	1.0					
13	2.0	69	4.0	125	4.0					
14	5.0	70	2.0	126	3.0					
15	2.0	71	8.0	127	2.0					
16	1.0	72	2.0	128	3.0					
17	2.0	73	3.0	129	3.0					
18	4.0	74	5.0	130	3.0					
19	2.0	75	5.0	131	4.0					
20	1.0	76	4.0	132	2.0					
21	2.0	77	4.0	133	2.0					
22	5.0	78	3.0	134	2.0					
23	5.0	79	3.0	135	4.0					
24	2.0	89	4.0	136	2.0					
25	3.0	81	3.0	137	3.0					
26	0.0	82	3.0	138	4.0					
27	2.0	83	4.0	139	4.0					
28	2.0	84	5.0	140	3.0					
29	3.0	85	4.0	141	2.0					
30	4.0	86	2.0	142	1.0					
31	6.0	87	2.0	143	3.0					
32	4.0	88	3.0	144	2.0					
33	3.0	89	4.0	145	5.0					
34	2.0	90	2.0	146	3.0					
35	3.0	91	3.0	147	6.0					
36	6.0	92	2.0	148	4.0					
37	2.0	93	4.0	149	5.0					
37	5.0	94	2.0	150	3.0					
39	2.0	95	3.0	151	3.0					
40	2.0	96	3.0	152	3.0					
41	2.0	97	2.0	153	2.0					
42	3.0	98	1.0	154	6.0					
43	2.0	99	5.0	155	7.0					
44	5.0	100	2.0	156	5.0					
45	5.0	101	1.0	157	5.0					
46	2.0	102	5.0	158	4.0					
47	2.0	103	1.0	159	1.0					
48	3.0	104	2.0	160	6.0					
49	5.0	105	2.0	161	1.0					
50	6.0	106	2.0	162	3.0			TOTAL	0	1
51	4.0	107	2.0	163	4.0				1	12
52	3.0	108	2.0	164	3.0				2	48
53	5.0	109	3.0	165	2.0				3	49
54	2.0	110	3.0	166	3.0				4	36
55	1.0	111	3.0	167	2.0				5	19
56	4.0	112	4.0	168	3.0				6	12

QUADRO XXIX										
Programas - Filmes										
1	2.0	57	1.0	113	1.0	169	1.0			
2	2.0	58	1.0	114	1.0	170	1.0			
3	1.0	59	1.0	115	1.0	171	1.0			
4	1.0	60	1.0	116	1.0	172	1.0			
5	1.0	61	1.0	117	1.0	173	1.0			
6	1.0	62	1.0	118	1.0	174	1.0			
7	1.0	63	1.0	119	1.0	175	1.0			
8	1.0	64	1.0	120	1.0	176	1.0			
9	1.0	65	1.0	121	1.0	177	1.0			
10	1.0	66	1.0	122	1.0					
11	1.0	67	1.0	123	1.0					
12	1.0	68	2.0	124	1.0					
13	1.0	69	1.0	125	1.0					
14	1.0	70	1.0	126	1.0					
15	1.0	71	1.0	127	1.0					
16	1.0	72	1.0	128	2.0					
17	1.0	73	1.0	129	1.0					
18	1.0	74	1.0	130	1.0					
19	1.0	75	1.0	131	1.0					
20	2.0	76	1.0	132	1.0					
21	1.0	77	1.0	133	1.0					
22	1.0	78	1.0	134	1.0					
23	1.0	79	1.0	135	1.0					
24	1.0	89	1.0	136	1.0					
25	1.0	81	1.0	137	1.0					
26	1.0	82	1.0	138	1.0					
27	1.0	83	1.0	139	1.0					
28	1.0	84	1.0	140	1.0					
29	1.0	85	1.0	141	1.0					
30	1.0	86	1.0	142	1.0					
31	1.0	87	1.0	143	1.0					
32	1.0	88	1.0	144	1.0					
33	1.0	89	1.0	145	1.0					
34	1.0	90	1.0	146	2.0					
35	1.0	91	1.0	147	1.0					
36	1.0	92	1.0	148	1.0					
37	1.0	93	1.0	149	1.0					
37	1.0	94	1.0	150	1.0					
39	1.0	95	1.0	151	1.0					
40	1.0	96	1.0	152	1.0					
41	1.0	97	1.0	153	1.0					
42	1.0	98	1.0	154	1.0					
43	1.0	99	1.0	155	1.0					
44	1.0	100	1.0	156	1.0					
45	1.0	101	1.0	157	1.0					
46	1.0	102	1.0	158	1.0					
47	1.0	103	1.0	159	1.0					
48	1.0	104	1.0	160	1.0					
49	1.0	105	1.0	161	1.0					
50	2.0	106	1.0	162	1.0					
51	1.0	107	1.0	163	1.0					
52	1.0	108	1.0	164	1.0			LEGENDA	Sim	1
53	1.0	109	1.0	165	1.0				Não	2
54	1.0	110	1.0	166	1.0					
55	1.0	111	1.0	167	1.0			TOTAL	Sim	171
56	1.0	112	1.0	168	1.0				Não	6

QUADRO XXX										
Programas - Séries Estrangeiras										
1	1.0	57	1.0	113	1.0	169	1.0			
2	1.0	58	1.0	114	1.0	170	2.0			
3	1.0	59	1.0	115	1.0	171	2.0			
4	1.0	60	1.0	116	1.0	172	1.0			
5	1.0	61	1.0	117	1.0	173	1.0			
6	1.0	62	1.0	118	1.0	174	1.0			
7	1.0	63	1.0	119	2.0	175	1.0			
8	1.0	64	1.0	120	2.0	176	1.0			
9	1.0	65	1.0	121	1.0	177	1.0			
10	1.0	66	1.0	122	1.0					
11	1.0	67	1.0	123	1.0					
12	1.0	68	1.0	124	1.0					
13	1.0	69	1.0	125	1.0					
14	1.0	70	1.0	126	2.0					
15	1.0	71	1.0	127	1.0					
16	1.0	72	1.0	128	2.0					
17	1.0	73	1.0	129	1.0					
18	1.0	74	1.0	130	1.0					
19	1.0	75	1.0	131	1.0					
20	1.0	76	1.0	132	1.0					
21	1.0	77	1.0	133	1.0					
22	1.0	78	1.0	134	1.0					
23	1.0	79	1.0	135	1.0					
24	1.0	89	1.0	136	1.0					
25	1.0	81	1.0	137	2.0					
26	1.0	82	1.0	138	2.0					
27	1.0	83	1.0	139	1.0					
28	1.0	84	1.0	140	1.0					
29	1.0	85	1.0	141	1.0					
30	1.0	86	1.0	142	2.0					
31	1.0	87	2.0	143	1.0					
32	1.0	88	1.0	144	1.0					
33	1.0	89	2.0	145	2.0					
34	1.0	90	2.0	146	2.0					
35	2.0	91	1.0	147	1.0					
36	1.0	92	1.0	148	1.0					
37	1.0	93	1.0	149	1.0					
37	1.0	94	1.0	150	1.0					
39	2.0	95	1.0	151	1.0					
40	1.0	96	1.0	152	1.0					
41	1.0	97	2.0	153	1.0					
42	1.0	98	2.0	154	1.0					
43	1.0	99	1.0	155	1.0					
44	1.0	100	1.0	156	1.0					
45	1.0	101	1.0	157	2.0					
46	1.0	102	1.0	158	1.0					
47	1.0	103	1.0	159	1.0					
48	1.0	104	1.0	160	1.0					
49	1.0	105	1.0	161	1.0					
50	2.0	106	1.0	162	1.0					
51	1.0	107	1.0	163	1.0					
52	1.0	108	1.0	164	1.0			LEGENDA	Sim	1
53	1.0	109	1.0	165	1.0				Não	2
54	1.0	110	1.0	166	1.0					
55	1.0	111	1.0	167	1.0			TOTAL	Sim	156
56	1.0	112	1.0	168	1.0				Não	21

QUADRO XXXI									
Programas - Telenovelas									
1	2.0	57	2.0	113	2.0	169	2.0		
2	2.0	58	2.0	114	2.0	170	2.0		
3	2.0	59	2.0	115	2.0	171	1.0		
4	2.0	60	2.0	116	2.0	172	2.0		
5	2.0	61	1.0	117	1.0	173	2.0		
6	2.0	62	1.0	118	1.0	174	1.0		
7	1.0	63	2.0	119	1.0	175	2.0		
8	2.0	64	1.0	120	1.0	176	2.0		
9	2.0	65	2.0	121	2.0	177	1.0		
10	1.0	66	2.0	122	1.0				
11	2.0	67	2.0	123	1.0				
12	2.0	68	2.0	124	2.0				
13	2.0	69	1.0	125	2.0				
14	2.0	70	2.0	126	1.0				
15	1.0	71	2.0	127	1.0				
16	1.0	72	2.0	128	1.0				
17	2.0	73	2.0	129	2.0				
18	1.0	74	2.0	130	2.0				
19	1.0	75	1.0	131	1.0				
20	1.0	76	1.0	132	2.0				
21	2.0	77	2.0	133	2.0				
22	1.0	78	1.0	134	2.0				
23	1.0	79	2.0	135	2.0				
24	2.0	89	1.0	136	2.0				
25	1.0	81	2.0	137	2.0				
26	1.0	82	2.0	138	1.0				
27	2.0	83	2.0	139	2.0				
28	2.0	84	1.0	140	1.0				
29	1.0	85	1.0	141	1.0				
30	2.0	86	1.0	142	1.0				
31	2.0	87	1.0	143	1.0				
32	2.0	88	2.0	144	1.0				
33	2.0	89	1.0	145	2.0				
34	2.0	90	2.0	146	2.0				
35	1.0	91	2.0	147	2.0				
36	1.0	92	2.0	148	2.0				
37	1.0	93	1.0	149	1.0				
37	2.0	94	1.0	150	1.0				
39	1.0	95	1.0	151	2.0				
40	2.0	96	1.0	152	2.0				
41	2.0	97	1.0	153	2.0				
42	2.0	98	1.0	154	2.0				
43	2.0	99	2.0	155	2.0				
44	2.0	100	2.0	156	1.0				
45	2.0	101	1.0	157	2.0				
46	2.0	102	1.0	158	1.0				
47	2.0	103	1.0	159	1.0				
48	1.0	104	1.0	160	2.0				
49	2.0	105	2.0	161	1.0				
50	1.0	106	2.0	162	1.0				
51	1.0	107	1.0	163	2.0				
52	1.0	108	2.0	164	2.0		LEGENDA	Sim	1
53	2.0	109	1.0	165	1.0			Não	2
54	2.0	110	2.0	166	1.0				
55	2.0	111	2.0	167	1.0		TOTAL	Sim	75
56	1.0	112	2.0	168	2.0			Não	102

QUADRO XXXII									
Programas - Desenhos Animados									
1	2.0	57	2.0	113	2.0	169	1.0		
2	1.0	58	2.0	114	1.0	170	2.0		
3	1.0	59	1.0	115	2.0	171	2.0		
4	1.0	60	1.0	116	2.0	172	1.0		
5	1.0	61	1.0	117	2.0	173	1.0		
6	1.0	62	1.0	118	2.0	174	1.0		
7	1.0	63	1.0	119	2.0	175	2.0		
8	1.0	64	1.0	120	2.0	176	2.0		
9	2.0	65	2.0	121	1.0	177	1.0		
10	2.0	66	1.0	122	1.0				
11	2.0	67	1.0	123	1.0				
12	1.0	68	2.0	124	1.0				
13	1.0	69	1.0	125	1.0				
14	2.0	70	2.0	126	2.0				
15	1.0	71	1.0	127	1.0				
16	1.0	72	1.0	128	2.0				
17	2.0	73	1.0	129	1.0				
18	1.0	74	1.0	130	1.0				
19	2.0	75	2.0	131	1.0				
20	1.0	76	2.0	132	2.0				
21	2.0	77	1.0	133	2.0				
22	1.0	78	1.0	134	1.0				
23	1.0	79	1.0	135	2.0				
24	1.0	89	1.0	136	2.0				
25	2.0	81	1.0	137	2.0				
26	1.0	82	1.0	138	2.0				
27	1.0	83	1.0	139	2.0				
28	1.0	84	1.0	140	1.0				
29	2.0	85	1.0	141	1.0				
30	2.0	86	1.0	142	2.0				
31	2.0	87	2.0	143	2.0				
32	1.0	88	1.0	144	1.0				
33	2.0	89	1.0	145	1.0				
34	2.0	90	1.0	146	1.0				
35	2.0	91	1.0	147	1.0				
36	1.0	92	2.0	148	1.0				
37	2.0	93	1.0	149	2.0				
37	2.0	94	2.0	150	1.0				
39	2.0	95	1.0	151	1.0				
40	1.0	96	1.0	152	2.0				
41	2.0	97	2.0	153	2.0				
42	2.0	98	1.0	154	2.0				
43	1.0	99	1.0	155	1.0				
44	2.0	100	2.0	156	2.0				
45	2.0	101	1.0	157	2.0				
46	2.0	102	2.0	158	1.0				
47	2.0	103	2.0	159	2.0				
48	2.0	104	1.0	160	2.0				
49	1.0	105	2.0	161	2.0				
50	1.0	106	2.0	162	1.0				
51	1.0	107	2.0	163	2.0				
52	2.0	108	1.0	164	2.0		LEGENDA	Sim	1
53	1.0	109	1.0	165	2.0			Não	2
54	1.0	110	1.0	166	2.0		TOTAL		
55	1.0	111	2.0	167	1.0			Sim	97
56	1.0	112	1.0	168	2.0			Não	80

QUADRO XXXIII									
Programas - Desporto									
1	2.0	57	1.0	113	1.0	169	1.0		
2	2.0	58	2.0	114	1.0	170	2.0		
3	2.0	59	2.0	115	2.0	171	1.0		
4	1.0	60	1.0	116	2.0	172	1.0		
5	2.0	61	1.0	117	1.0	173	1.0		
6	2.0	62	1.0	118	2.0	174	2.0		
7	1.0	63	1.0	119	2.0	175	2.0		
8	2.0	64	2.0	120	2.0	176	1.0		
9	2.0	65	2.0	121	1.0	177	1.0		
10	2.0	66	2.0	122	2.0				
11	2.0	67	1.0	123	2.0				
12	2.0	68	1.0	124	2.0				
13	2.0	69	1.0	125	1.0				
14	1.0	70	2.0	126	1.0				
15	2.0	71	1.0	127	2.0				
16	1.0	72	2.0	128	2.0				
17	1.0	73	1.0	129	1.0				
18	2.0	74	1.0	130	1.0				
19	2.0	75	1.0	131	1.0				
20	1.0	76	1.0	132	1.0				
21	2.0	77	1.0	133	1.0				
22	2.0	78	2.0	134	1.0				
23	1.0	79	2.0	135	1.0				
24	2.0	89	1.0	136	2.0				
25	2.0	81	1.0	137	1.0				
26	1.0	82	2.0	138	2.0				
27	2.0	83	1.0	139	1.0				
28	2.0	84	1.0	140	1.0				
29	1.0	85	2.0	141	2.0				
30	2.0	86	1.0	142	1.0				
31	2.0	87	1.0	143	2.0				
32	1.0	88	2.0	144	1.0				
33	1.0	89	1.0	145	1.0				
34	2.0	90	1.0	146	1.0				
35	2.0	91	2.0	147	2.0				
36	1.0	92	1.0	148	2.0				
37	2.0	93	1.0	149	2.0				
37	1.0	94	1.0	150	1.0				
39	2.0	95	1.0	151	1.0				
40	1.0	96	2.0	152	1.0				
41	2.0	97	1.0	153	1.0				
42	1.0	98	2.0	154	1.0				
43	2.0	99	2.0	155	1.0				
44	1.0	100	1.0	156	2.0				
45	1.0	101	2.0	157	2.0				
46	1.0	102	2.0	158	2.0				
47	2.0	103	2.0	159	2.0				
48	2.0	104	1.0	160	2.0				
49	2.0	105	2.0	161	2.0				
50	1.0	106	2.0	162	2.0				
51	2.0	107	2.0	163	1.0				
52	1.0	108	1.0	164	1.0		LEGENDA	Sim	1
53	2.0	109	1.0	165	2.0			Não	2
54	2.0	110	1.0	166	2.0				
55	1.0	111	1.0	167	2.0		TOTAL	Sim	91
56	1.0	112	1.0	168	1.0			Não	86

QUADRO XXXIV									
Programas - Telejornal/Informação									
1	1.0	57	1.0	113	1.0	169	1.0		
2	1.0	58	1.0	114	1.0	170	2.0		
3	1.0	59	2.0	115	1.0	171	1.0		
4	1.0	60	2.0	116	1.0	172	1.0		
5	1.0	61	1.0	117	1.0	173	2.0		
6	1.0	62	2.0	118	1.0	174	1.0		
7	1.0	63	1.0	119	1.0	175	2.0		
8	1.0	64	2.0	120	2.0	176	2.0		
9	1.0	65	1.0	121	1.0	177	2.0		
10	1.0	66	1.0	122	1.0				
11	1.0	67	2.0	123	1.0				
12	1.0	68	1.0	124	1.0				
13	1.0	69	1.0	125	1.0				
14	1.0	70	1.0	126	1.0				
15	1.0	71	1.0	127	1.0				
16	1.0	72	1.0	128	1.0				
17	1.0	73	1.0	129	2.0				
18	1.0	74	1.0	130	1.0				
19	1.0	75	1.0	131	1.0				
20	2.0	76	1.0	132	1.0				
21	2.0	77	1.0	133	1.0				
22	1.0	78	1.0	134	1.0				
23	1.0	79	2.0	135	2.0				
24	2.0	89	1.0	136	2.0				
25	1.0	81	1.0	137	2.0				
26	1.0	82	2.0	138	2.0				
27	2.0	83	1.0	139	1.0				
28	2.0	84	1.0	140	1.0				
29	1.0	85	2.0	141	1.0				
30	1.0	86	1.0	142	1.0				
31	2.0	87	2.0	143	1.0				
32	1.0	88	1.0	144	2.0				
33	1.0	89	1.0	145	2.0				
34	2.0	90	1.0	146	2.0				
35	1.0	91	1.0	147	2.0				
36	2.0	92	2.0	148	1.0				
37	1.0	93	1.0	149	1.0				
37	1.0	94	1.0	150	1.0				
39	1.0	95	2.0	151	1.0				
40	1.0	96	1.0	152	1.0				
41	2.0	97	1.0	153	1.0				
42	1.0	98	2.0	154	1.0				
43	1.0	99	2.0	155	1.0				
44	1.0	100	1.0	156	2.0				
45	1.0	101	1.0	157	2.0				
46	2.0	102	1.0	158	2.0				
47	1.0	103	1.0	159	1.0				
48	1.0	104	1.0	160	2.0				
49	2.0	105	2.0	161	1.0				
50	1.0	106	1.0	162	1.0				
51	1.0	107	1.0	163	1.0				
52	1.0	108	1.0	164	2.0		LEGENDA	Sim	1
53	1.0	109	1.0	165	1.0			Não	2
54	1.0	110	1.0	166	1.0				
55	1.0	111	1.0	167	1.0		TOTAL	Sim	132
56	1.0	112	1.0	168	1.0			Não	45

QUADRO XXXV									
Programas - Programação Educativa									
1	1.0	57	1.0	113	2.0	169	1.0		
2	1.0	58	1.0	114	1.0	170	2.0		
3	2.0	59	2.0	115	2.0	171	2.0		
4	1.0	60	2.0	116	1.0	172	1.0		
5	2.0	61	1.0	117	1.0	173	2.0		
6	1.0	62	1.0	118	2.0	174	2.0		
7	1.0	63	1.0	119	2.0	175	2.0		
8	2.0	64	2.0	120	2.0	176	2.0		
9	2.0	65	2.0	121	2.0	177	2.0		
10	2.0	66	2.0	122	1.0				
11	2.0	67	2.0	123	2.0				
12	2.0	68	2.0	124	1.0				
13	2.0	69	2.0	125	2.0				
14	2.0	70	1.0	126	2.0				
15	2.0	71	2.0	127	2.0				
16	2.0	72	1.0	128	2.0				
17	2.0	73	2.0	129	2.0				
18	1.0	74	2.0	130	2.0				
19	2.0	75	2.0	131	2.0				
20	2.0	76	2.0	132	2.0				
21	2.0	77	2.0	133	2.0				
22	2.0	78	2.0	134	2.0				
23	2.0	79	2.0	135	2.0				
24	2.0	89	1.0	136	2.0				
25	1.0	81	2.0	137	2.0				
26	1.0	82	2.0	138	2.0				
27	2.0	83	2.0	139	1.0				
28	1.0	84	1.0	140	2.0				
29	1.0	85	2.0	141	2.0				
30	1.0	86	1.0	142	1.0				
31	1.0	87	2.0	143	1.0				
32	1.0	88	2.0	144	2.0				
33	1.0	89	2.0	145	2.0				
34	2.0	90	2.0	146	2.0				
35	2.0	91	1.0	147	2.0				
36	1.0	92	2.0	148	2.0				
37	2.0	93	1.0	149	2.0				
37	2.0	94	2.0	150	2.0				
39	2.0	95	2.0	151	1.0				
40	2.0	96	2.0	152	2.0				
41	2.0	97	2.0	153	2.0				
42	2.0	98	2.0	154	2.0				
43	2.0	99	2.0	155	2.0				
44	2.0	100	2.0	156	2.0				
45	2.0	101	2.0	157	2.0				
46	2.0	102	2.0	158	2.0				
47	2.0	103	1.0	159	1.0				
48	2.0	104	1.0	160	2.0				
49	2.0	105	2.0	161	1.0				
50	2.0	106	2.0	162	1.0				
51	2.0	107	1.0	163	2.0				
52	2.0	108	1.0	164	2.0		LEGENDA	Sim	1
53	2.0	109	1.0	165	1.0			Não	2
54	2.0	110	2.0	166	2.0				
55	1.0	111	2.0	167	1.0		TOTAL	Sim	51
56	1.0	112	2.0	168	1.0			Não	126

QUADRO XXXVI									
Canais generalistas/cabo que mais gosta de ver - 1º Lugar									
1	Fox Life	57	Fox	113	SIC	169	SIC		
2	Odisseia	58	TVI	114	SIC	170	-		
3	Fox	59	SIC Radical	115	MTV	171	SIC		
4	AXN	60	Fox	116	MTV	172	Fox		
5	Fox Life	61	MTV	117	AXN	173	Discovery Channel		
6	MTV	62	Fox	118	AXN	174	MTV		
7	Fox	63	Fox	119	Discovery Channel	175	FoxLife		
8	SIC	64	Fox	120	TVI	176	Fox		
9	TVI	65	VH1	121	Fox	177	Fox		
10	Fox Crime	66	FoxCrime	122	Fox				
11	Fox Life	67	Discovery Channel	123	MTV				
12	Fox	68	SportTV1	124	SIC				
13	Fox Life	69	Fox	125	Fox				
14	RTP2	70	TVI	126	Eurosport				
15	SIC	71	Discovery Channel	127	MTV				
16	MTV	72	Fox	128	SIC				
17	RTP2	73	Fox Life	129	Fox				
18	AXN	74	Fox Life	130	NBA TV				
19	-	75	FoxLife	131	MTV				
20	TVI	76	TVI	132	SIC Radical				
21	TVI	77	Fox	133	TVI				
22	TVI	78	TVI	134	VH1				
23	SIC	79	SIC Radical	135	SIC				
24	Fox	89	Fox	136	RTP1				
25	SIC	81	Fox Life	137	-				
26	-	82	Fox	138	-				
27	Fox	83	TVI	139	MTV				
28	Fox Life	84	TVI	140	AXN				
29	Fox	85	AXN	141	TVI				
30	Fox	86	MTV	142	-				
31	Fox Life	87	TVI	143	-				
32	VH1	88	SIC	144	SportTV1				
33	Fox	89	MCM	145	-				
34	Fox Life	90	TVC1	146	Extreme Channel				
35	TVCine	91	TVI	147	Fox				
36	Fox	92	Fox Life	148	Fox Life				
37	SIC	93	Discovery Channel	149	TVI				
37	SportTV1	94	TVI	150	SIC				
39	SIC	95	TVI	151	Fox				
40	SIC	96	SIC	152	VH1				
41	SIC	97	TVI	153	Hollywood				
42	-	98	SIC	154	SportTV1				
43	MTV	99	Disney Channel	155	Fox				
44	Fox	100	SportTV1	156	MTV				
45	Fox	101	TVI	157	Fox				
46	SportTV1	102	MTV	158	SIC Radical				
47	Fox	103	Fox	159	MTV				
48	TVI	104	TVI	160	Fox				
49	AXN	105	AXN	161	MTV				
50	SIC	106	Fox	162					
51	SIC	107	TVI	163	SportTV1				
52	SportTV1	108	Fox Life	164	SportTV1				
53	Fox	109	TVI	165	Fox Life				
54	TVI	110	SportTV1	166	MTV				
55	Discovery Channel	111	SIC	167	Fox Crime				
56	TVI	112	SportTV1	168	Fox				

QUADRO XXXVII									
Canais generalistas/cabo que mais gosta de ver - 2º Lugar									
1	Fox	57	SportTV 1	113	TVI	169	AXN		
2	RTP1	58	RTP2	114	RTP1	170	RTP1		
3	Fox Life	59	Fox	115	TVI	171			
4	Fox	60	Discovery Channel	116	TVI	172	RTP1		
5	Fox	61	Hollywood	117	Entertainment	173	SIC Radical		
6	VivaTV	62	VH1	118	Sic Mulher	174	AXN		
7	FoxLife	63	SICRadical	119	Disney Channel	175	Fox Life		
8	TVI	64	FoxLife	120	Disney Channel	176	Fox		
9	TVCine	65	FoxLife	121	SIC	177	SportTV1		
10	MTV	66	AXN	122	FoxLife				
11	MTV	67	SportTV1	123	SIC				
12	MTV	68	TVI	124	RTP1				
13	Fox	69	SportTV1	125	SIC				
14	História	70	RTP1	126	Sic Mulher				
15	MTV	71	Fox	127	TVI				
16	SIC	72	AXN	128	TVI				
17	SIC	73	AXN	129	ESPN				
18	TVI	74	AXN	130	Fox				
19		75	AXN	131	Disney Channel				
20	SportTV1	76	SIC	132	Fox				
21	Fox	77	SIC Radical	133	SIC				
22	SIC	78	SIC	134	Sic Mulher				
23	TVI	79	Fox	135	TVI				
24		89	Fox Life	136	MTV				
25	TVI	81	AXN	137					
26		82	SIC Radical	138					
27	SIC Radical	83	SIC	139	SportTV1				
28	Fox	84	Fox Life	140	SIC				
29	VH1	85	Fox Life	141	SIC				
30	Fox Life	86	SIC Radical	142					
31	Sic Mulher	87	SIC	143					
32	Discovery Channel	88	RTP2	144	PlayboyTV				
33	SIC	89	MTV	145					
34	Fox Crime	90	SIC Radical	146	VH1				
35	MTV	91	SIC	147	TVI				
36	MTV	92	TVI	148	Disney Channel				
37	RTP1	93	SportTV1	149	SIC				
37	AXN	94	SIC	150	TVI				
39	RTP1	95	SIC	151	Fox Life				
40	TVI	96	TVI	152	Fox				
41	RTP1	97	SIC	153	MTV				
42	-	98	TVI	154	SpoTV2				
43	SIC Radical	99	MTV	155	FashionTV				
44	MTV	100	TVI	156	TVI				
45	SportTV1	101	SIC	157	AXN				
46	Fox	102	AXN	158	Fox				
47	Fox Life	103	AXN	159	HVR				
48	SIC	104	SIC	160	Fox Life				
49	TVI	105	Fox	161	HVR				
50	TVI	106	FoxLife	162					
51	Disney Channel	107	SIC	163	SIC Radical				
52	Fox Life	108	MTV	164	SIC Radical				
53	Fox Life	109	SIC	165	AXN				
54	SIC	110	SportTV2	166	FoxCrime				
55	Eurosport	111	RTP1	167	TVCine				
56	SIC	112	Discovery Channel	168	Fox				

QUADRO XXXVIII									
Canais generalistas/cabo que mais gosta de ver - 3º Lugar									
1	Odisseia	57	Canal História	113	RTP1	169	TVI		
2	Fox	58	SIC	114	TVI	170			
3	National Geographic	59	VH1	115	Fox	171	TVI		
4	Fox Life	60	Sic Mulher	116	Fox Life	172	Fox Crime		
5	TVI	61	Sony	117	TVI	173	SIC		
6	TF1	62	TVI	118	TVI	174	Disney Channel		
7	MCM	63	TVI	119	MCM	175	AXN		
8	RTP2	64	MTV	120	MTV	176	Fox Crime		
9	SIC	65	AXN	121	TVI	177	SportTV1		
10	Fox Life	66	Sony	122	Canal Panda				
11	AXN	67	AXN	123	AXN				
12	Entertainment	68	SportTV2	124	RTP2				
13		69	Discovery Channel	125	Fox Life				
14	Fox	70	RTP2	126	Disney Channel				
15	TVI	71	SportTV1	127	RTP2				
16	VH1	72	SICRadical	128	RTP1				
17	TVI	73	MTV	129	NBATV				
18	MTV	74		130	SIC Radical				
19		75		131	Eurosport				
20	Fox	76	Odisseia	132	RTP2				
21	AXN	77	TVI	133	RTP1				
22	RTP2	78	RTP1	134	Fox				
23	RTP2	79	AXN	135	RTP2				
24		89	SIC Radical	136	Disney Channel				
25	MTV	81	SIC Radical	137					
26		82		138					
27	Sony	83	RTP1	139	RTP2				
28	AXN	84	MTV	140	Entertainment				
29	Discovery Channel	85	MTV	141	RTP2				
30	VH1	86	FuelTV	142					
31	People and Arts	87	RTP1	143					
32	SIC	88	TVI	144	Canal História				
33	RTP2	89		145					
34	MTV	90	SIC Kids	146	Disney Channel				
35	Fox	91	RTP2	147	Animax				
36	Eurosport	92	SportTV1	148	Sony TV				
37	RTP2	93	MTV	149	Hollywood				
37	SIC Radical	94	Fox Life	150	RTP1				
39		95	TF1	151	MTV				
40	RTP1	96	RTP2	152	MTV				
41	RTP2	97	RTP1	153	Eurosport				
42		98	RTP2	154	SportTV3				
43	Discovery Channel	99	Entertainment	155	AXN				
44	Discovery Channel	100	Fox	156	AXN				
45		101	RTP2	157	Fox Life				
46		102	Fox Life	158	SIC				
47	AXN	103	VH1	159	Disney Channel				
48	MTV	104	RTP1	160	AXN				
49	Fox	105	Fox Life	161	Disney Channel				
50	SportTV2	106	Fox	162					
51	TVI	107	RTP2	163	MTV				
52	TVI	108	Disney Channel	164	VH1				
53	SIC Radical	109	SportTV1	165	TVI				
54	RTP1	110	SportTV3	166	Fox				
55	Canal +	111	TVI	167	Fox Life				
56	Fox	112	Fox	168	TVI				

QUADRO XXXIX									
Programas generalistas/cabo que mais gosta de ver - 1º Lugar									
1	Grey's Anatomy	57	South Park	113	CSI Las Vegas	169	Concursos		
2	Documentários	58		114		170			
3	Simpsons	59	Simpsons	115	Music no Stop	171			
4	CSI Las Vegas	60	Simpsons	116	So you think you can dance	172	Family Guy		
5	How I meet your mother	61	Grey's Anatomy	117	CSI Las Vegas	173	CSI		
6	Hit List Portugal	62	You got a Talent	118	CSI Las Vegas	174			
7	Family Guy	63	Dr. House	119	LA Ink	175	Ghost Whisperer		
8	Diário de Vampiros	64	Ossos	120	Inspector Max	176	Dr. House		
9	Glee	65	Made	121	Simpsons	177	CSI		
10	Lei e Ordem	66	Diário de Vampiros	122	Family Guy				
11	MTV Crispy News	67	Top Gear	123					
12	Simpsons	68	SportTV Notícias	124	Fama Show				
13	Simpsons	69	Ultimate Survivor	125	Simpsons				
14	Notícias	70	Super Miudos	126					
15	Telenovelas	71	Dr. House	127	CSI				
16	Music no Stop	72	Frasier	128	Jogo Duplo				
17	Documentários	73	Serviço de Urgência	129	American Idol				
18	Simpsons	74	Grey's Anatomy	130	NBA				
19		75	Grey's Anatomy	131					
20	Simpsons	76	Diário de Vampiros	132	Californication				
21	Morangos com Açúcar	77	Dr. House	133	Jornal Nacional				
22	Séries	78	Diário de Vampiros	134	Pop Music				
23	Séries	79	Naruto	135	CSI				
24	Ossos	89	Grey's Anatomy	136					
25	Investigação Criminal	81	Grey's Anatomy	137					
26		82	Simpsons	138					
27	Family Guy	83	Family Guy	139	Mentalista				
28	Grey's Anatomy	84	According to Jim	140	Morangos com Açúcar				
29		85	Glee	141	Telenovelas				
30	Glee	86	Top Gear	142					
31	Flash Forward	87	Você na TV	143					
32	5 para a meia noite	88	Grey's Anatomy	144	Futebol				
33	Simpsons	89		145					
34	Grey's Anatomy	90	Naruto	146	X-Games				
35		91	Morangos com Açúcar	147	Sobrenatural				
36	Simpsons	92	Friends	148	Gossip Girl				
37	Brothers and Sisters	93	Morangos com Açúcar	149	Achas que sabes dançar?				
37	Futebol	94	Futebol	150	Viver a Vida				
39		95		151	Grey's Anatomy				
40	Futebol	96		152	Dr. House				
41	Filmes	97	Morangos com Açúcar	153					
42		98		154	Jimmy Fallon				
43		99	The Hills	155	Californication				
44	West Coast Choppes	100	Filmes	156	CSI Nova Iorque				
45		101	Morangos com Açúcar	157	Grey's Anatomy				
46		102	Sobrenatural	158	Mentes Criminosas				
47	Series	103	Family Guy	159	Todos a Bordo				
48	Você na TV	104	Morangos com Açúcar	160	Glee				
49	Jornal da Noite	105	Defying Gravity	161	Todos a Bordo				
50	Morangos com Açúcar	106	Lie to me	162					
51	Felizes por Você	107	Mentalista	163					
52	Eurogoals	108	Glee	164					
53	Curto Circuito	109	Morangos com Açúcar	165	Glee				
54	Flash Forward	110	Liga Sagres	166					
55	Top Gear	111	Jornal da Noite	167					
56	Simpsons	112	Futebol	168	Mentes Criminosas				

QUADRO XL									
Programas generalistas/cabo que mais gosta de ver - 2º Lugar									
1	How I meet your	57	Futebol	113	Dias Felizes	169	Futebol		
2	Notícias	58		114		170			
3	How I meet your	59	Family Guy	115	Mar de Paixão	171			
4	Dr. House	60	Little People, Big World	116	Voce na TV	172	South Park		
5	Heroes	61	Morangos com Açúcar	117	Mentes Criminosas	173	Caçador de Mitos		
6	Investigação Criminal	62	Oprah	118	Grey's Anatomy	174			
7	Querido mudei a casa	63	Naruto	119		175	Glee		
8	Morangos com	64	Simpsons	120	Sentimentos	176	Heroes		
9	Diário de Vampiros	65	Grey's Anatomy	121	SIC Kids	177	Ultima Ceia		
10	Hit List Portugal	66	Naruto	122	Grey's Anatomy				
11	Life of Rian	67	Naruto	123					
12	Disaster Date	68	Telejornal	124	Alta Definição				
13	Dexter	69	Simpsons	125	Liga Europa				
14	Documentários	70	Grey's Anatomy	126					
15	Telejornal	71	Heroes	127	Gossip				
16	Hit List Portugal	72	Seinfeld	128	Nós por cá				
17	Futebol	73	Miami Ink	129	Family Guy				
18	Telenovelas	74	CSI	130	Family Guy				
19		75	CSI	131					
20		76		132	Curto Circuito				
21		77	Poker	133	CSI				
22	Novelas	78	Leverage	134	America's Next Top				
23	Filmes	79	Sobrenatural	135	Fringe				
24		89	Dr. House	136					
25	Hit List Portugal	81	CSI	137					
26		82		138					
27	South Park	83	Dr. House	139	Wrestling				
28	Ossos	84	Grey's Anatomy	140	Mentes Criminosas				
29		85	CSI	141	Jornal da Noite				
30	So you think you can	86	Simpsons	142					
31		87		143					
32		88	Achas que sabes dançar	144					
33	Prision Break	89		145					
34	Lipstick Jungle	90	Filmes	146	Smells Like 90				
35		91		147	American Idol				
36	Sponge Bob	92	Achas que sabes dançar	148	One Tree Hill				
37	Telejornal	93	Pure Morning	149	Grey's Anatomy				
37	Curto Circuito	94	Telenovelas	150	Morangos com				
39		95		151	Glee				
40	Simpsons	96		152	VH1 Greatest Hits				
41	Séries	97	H2O	153					
42		98		154	Conan O'Brien				
43		99	Taking the Stage	155	TV Culinária				
44	Miami Ink	100	Dr. House	156	Idolos				
45		101	Pensas que sabes dançar	157	Glee				
46		102	CSI	158	Grey's Anatomy				
47	Filmes	103	Simpsons	159	Morangos com				
48	Tardes da Júlia	104	Futebol	160	CSI				
49	So you think you can	105	The Pretenders	161	Morangos com				
50	Lua Vermelha	106	Sobrenatural	162					
51	Perfeito Coração	107	Grey's Anatomy	163					
52	Futebol	108	The Hives	164					
53	Top Gear	109	Futebol	165	Betty Feia				
54	Telejornal	110	Liga dos Campeões	166					
55	Eurogoals	111	Mentalista	167					
56	Lado B	112	Surviver	168	Dexter				

QUADRO XLI									
Programas generalistas/cabo que mais gosta de ver - 3º Lugar									
1	Documentários	57		113	Fama Show	169	Filmes		
2	Filmes	58		114		170			
3	Documentários	59	Dr. House	115	Dr. House	171			
4	Investigação criminal	60	Ellen	116	Keeping up with Kardashians	172	Simpsons		
5	Simpsons	61	Best Dancer Crew	117	Viver a Vida	173	Top Gear		
6		62	Achas que sabes dançar	118	Mentes Criminosas	174			
7	Em contacto	63		119		175	A vida é injusta		
8	CSI	64	Grey's Anatomy	120	Meu Amor	176	Boston Legal		
9	Moranfos com Aaaaa	65	CSI	121	Meu Amor	177	Dr. House		
10	Glee	66	Mentes Criminosas	122	Winx				
11	H2O	67	Filmes	123					
12	90210	68		124	Só Visto				
13	So you think you dances	69	Dr. House	125					
14	Séries	70		126					
15	Zig Zag	71	Top Gear	127	Made				
16	Especial	72	Mark	128	Jornal Nacional				
17	Séries	73	CSI	129	Futebol				
18	Telejornal	74		130	Curto Circuito				
19		75		131					
20		76		132	Jornal Nacional				
21		77	National Geographic	133	Mentes Criminosas				
22	Filmes	78	Dr. House	134	Sobrenatural				
23	Novelas	79	Simpsons	135	Ele é Ela				
24		89	Médicos e Estagiários	136					
25	Art Attack	81	Curto Circuito	137					
26		82		138					
27	Frasier	83	CSI	139	Achas que sabes dances				
28	Charmed	84	Family Guy	140					
29		85	Em contacto	141	Desenhos animados				
30	Flash Forward	86		142					
31		87		143					
32		88	Disney Kids	144					
33	Todos contra o Chris	89		145					
34	The OC	90	Documentários	146	Top Gear				
35		91		147	Simpsons				
36		92	Cheerleaders	148	Clinica Privada				
37	Supernatural	93	Futebol	149	Gossip Girl				
37	Chuck	94		150	Lado B				
39		95		151	Ozzy's Show				
40	Tardes da Júlia	96		152	CSI				
41		97	Inspector Max	153					
42		98		154	Daily Show				
43		99	Desenhos animados	155	Telejornal				
44	Dr. House	100	Prision Break	156	Mentes Criminosas				
45		101	Perfeito Coração	157	Contacto				
46		102	Dr. House	158	CSI				
47	Documentários	103	VHI Raks	159	Viver com Derek				
48		104	Notícias em 2 mão	160	Em contacto				
49	Sponge Bob	105	X-Files	161	Viver com Derek				
50	Herman 2010	106	Simpsons	162					
51	Moranfos com Aaaaa	107	Brothers and Sisters	163					
52		108	Filmes	164					
53	Cartaz Cultural	109	Lua Vermelha	165	Em contacto				
54	Simpsons	110	Liga Europa	166					
55		111	Fama Show	167					
56	Jornal da Noite	112	Mentalista	168	Sobrenatural				

QUADRO XLII									
Classificação da actual programação genérica - RTP1									
1	4.0	57	2.0	113	4.0	169	4.0		
2	4.0	58	4.0	114	4.0	170	1.0		
3	4.0	59	4.0	115	3.0	171	3.0		
4	3.0	60	3.0	116	4.0	172	4.0		
5	3.0	61	2.0	117	3.0	173	3.0		
6	2.0	62	3.0	118	3.0	174	1.0		
7	2.0	63	3.0	119	3.0	175	5.0		
8	2.0	64	3.0	120	2.0	176	3.0		
9	3.0	65	3.0	121	3.0	177	1.0		
10	2.0	66	3.0	122	2.0				
11	2.0	67	2.0	123	2.0				
12	3.0	68	4.0	124	3.0				
13	3.0	69	3.0	125	3.0				
14	4.0	70	4.0	126	3.0				
15	2.0	71	2.0	127	2.0				
16	2.0	72	3.0	128	2.0				
17	3.0	73	3.0	129	3.0				
18	3.0	74	3.0	130	4.0				
19	2.0	75	3.0	131	3.0				
20	3.0	76	3.0	132	4.0				
21	1.0	77	3.0	133	3.0				
22	2.0	78	3.0	134	3.0				
23	3.0	79	3.0	135	2.0				
24	3.0	89	4.0	136	5.0				
25	2.0	81	2.0	137	5.0				
26	3.0	82	2.0	138	3.0				
27	1.0	83	3.0	139	3.0				
28	2.0	84	4.0	140	3.0				
29	3.0	85	1.0	141	2.0				
30	4.0	86	4.0	142	3.0				
31	3.0	87	3.0	143	3.0				
32	4.0	88	2.0	144	1.0				
33	3.0	89	2.0	145	3.0				
34	2.0	90	2.0	146	3.0				
35	3.0	91	1.0	147	3.0				
36	4.0	92	1.0	148	3.0				
37	5.0	93	4.0	149	3.0				
37	3.0	94	3.0	150	2.0				
39	4.0	95	2.0	151	1.0				
40	3.0	96	3.0	152	3.0				
41	3.0	97	2.0	153	3.0				
42	3.0	98	2.0	154	4.0				
43	3.0	99	1.0	155	5.0				
44	2.0	100	3.0	156	1.0				
45	2.0	101	3.0	157	1.0				
46	2.0	102	2.0	158	1.0				
47	4.0	103	5.0	159	2.0		LEGENDA	Péssima	1
48	1.0	104	2.0	160	3.0			Má	2
49	4.0	105	3.0	161	2.0			Razoável	3
50	4.0	106	3.0	162	3.0			Boa	4
51	3.0	107	1.0	163	3.0			Excelente	5
52	3.0	108	4.0	164	2.0		TOTAL	Péssima	17
53	3.0	109	3.0	165	2.0			Má	42
54	2.0	110	4.0	166	1.0			Razoável	80
55	4.0	111	4.0	167	4.0			Boa	32
56	3.0	112	3.0	168	3.0			Excelente	6

QUADRO XLIII									
Classificação da actual programação genérica - RTP2									
1	3.0	57	5.0	113	3.0	169	4.0		
2	4.0	58	5.0	114	3.0	170	1.0		
3	3.0	59	3.0	115	3.0	171	3.0		
4	5.0	60	3.0	116	3.0	172	4.0		
5	4.0	61	3.0	117	3.0	173	5.0		
6	3.0	62	4.0	118	3.0	174	2.0		
7	5.0	63	3.0	119	3.0	175	5.0		
8	2.0	64	5.0	120	3.0	176	2.0		
9	3.0	65	3.0	121	4.0	177	2.0		
10	2.0	66	4.0	122	2.0				
11	1.0	67	1.0	123	4.0				
12	3.0	68	2.0	124	3.0				
13	4.0	69	1.0	125	3.0				
14	4.0	70	3.0	126	2.0				
15	3.0	71	1.0	127	4.0				
16	2.0	72	4.0	128	1.0				
17	4.0	73	2.0	129	1.0				
18	3.0	74	1.0	130	2.0				
19	3.0	75	1.0	131	3.0				
20	2.0	76	3.0	132	5.0				
21	1.0	77	3.0	133	1.0				
22	4.0	78	3.0	134	4.0				
23	3.0	79	3.0	135	3.0				
24	3.0	89	3.0	136	3.0				
25	2.0	81	2.0	137	2.0				
26	3.0	82	2.0	138	3.0				
27	3.0	83	1.0	139	4.0				
28	3.0	84	4.0	140	3.0				
29	4.0	85	2.0	141	4.0				
30	4.0	86	4.0	142	3.0				
31	4.0	87	1.0	143	4.0				
32	4.0	88	4.0	144	2.0				
33	4.0	89	1.0	145	3.0				
34	2.0	90	3.0	146	3.0				
35	1.0	91	2.0	147	2.0				
36	4.0	92	2.0	148	2.0				
37	4.0	93	5.0	149	1.0				
37	3.0	94	3.0	150	1.0				
39	3.0	95	2.0	151	3.0				
40	4.0	96	3.0	152	2.0				
41	3.0	97	3.0	153	2.0				
42	2.0	98	3.0	154	3.0				
43	3.0	99	1.0	155	3.0				
44	2.0	100	2.0	156	2.0				
45	2.0	101	3.0	157	1.0				
46	3.0	102	3.0	158	4.0				
47	4.0	103	4.0	159	3.0		LEGENDA	Péssima	1
48	1.0	104	3.0	160	2.0			Má	2
49	5.0	105	3.0	161	3.0			Razoável	3
50	4.0	106	3.0	162	3.0			Boa	4
51	3.0	107	2.0	163	4.0			Excelente	5
52	4.0	108	4.0	164	1.0		TOTAL	Péssima	21
53	4.0	109	3.0	165	3.0			Má	35
54	3.0	110	5.0	166	2.0			Razoável	70
55	5.0	111	4.0	167	4.0			Boa	39
56	2.0	112	3.0	168	3.0			Excelente	12

QUADRO XLIV									
Classificação da actual programação genérica - SIC									
1	4.0	57	2.0	113	4.0	169	4.0		
2	2.0	58	3.0	114	4.0	170	1.0		
3	4.0	59	3.0	115	4.0	171	4.0		
4	4.0	60	4.0	116	3.0	172	3.0		
5	4.0	61	2.0	117	3.0	173	4.0		
6	4.0	62	3.0	118	4.0	174	3.0		
7	4.0	63	4.0	119	4.0	175	5.0		
8	4.0	64	2.0	120	4.0	176	3.0		
9	4.0	65	4.0	121	3.0	177	4.0		
10	4.0	66	3.0	122	4.0				
11	5.0	67	2.0	123	3.0				
12	3.0	68	3.0	124	4.0				
13	4.0	69	2.0	125	4.0				
14	1.0	70	2.0	126	3.0				
15	4.0	71	1.0	127	3.0				
16	5.0	72	3.0	128	3.0				
17	3.0	73	4.0	129	3.0				
18	4.0	74	4.0	130	4.0				
19	4.0	75	4.0	131	4.0				
20	3.0	76	4.0	132	4.0				
21	1.0	77	3.0	133	3.0				
22	4.0	78	4.0	134	4.0				
23	3.0	79	3.0	135	4.0				
24	3.0	89	4.0	136	4.0				
25	4.0	81	3.0	137	3.0				
26	3.0	82	3.0	138	4.0				
27	3.0	83	3.0	139	3.0				
28	3.0	84	4.0	140	5.0				
29	3.0	85	3.0	141	3.0				
30	4.0	86	3.0	142	4.0				
31	4.0	87	4.0	143	1.0				
32	3.0	88	4.0	144	1.0				
33	3.0	89	5.0	145	3.0				
34	2.0	90	2.0	146	3.0				
35	4.0	91	3.0	147	4.0				
36	3.0	92	3.0	148	4.0				
37	4.0	93	3.0	149	4.0				
37	4.0	94	4.0	150	4.0				
39	3.0	95	3.0	151	2.0				
40	5.0	96	4.0	152	4.0				
41	3.0	97	4.0	153	4.0				
42	3.0	98	4.0	154	2.0				
43	3.0	99	4.0	155	3.0				
44	1.0	100	4.0	156	4.0				
45	2.0	101	4.0	157	1.0				
46	1.0	102	4.0	158	4.0				
47	3.0	103	3.0	159	3.0		LEGENDA	Péssima	1
48	3.0	104	4.0	160	1.0			Má	2
49	4.0	105	2.0	161	3.0			Razoável	3
50	4.0	106	4.0	162	3.0			Boa	4
51	4.0	107	4.0	163	3.0			Excelente	5
52	3.0	108	4.0	164	2.0		TOTAL	Péssima	10
53	4.0	109	4.0	165	2.0			Má	15
54	3.0	110	4.0	166	3.0			Razoável	63
55	3.0	111	4.0	167	3.0			Boa	83
56	4.0	112	4.0	168	3.0			Excelente	6

QUADRO XLV									
Classificação da actual programação genérica – TVI									
1	2.0	57	1.0	113	2.0	169	2.0		
2	1.0	58	1.0	114	2.0	170	1.0		
3	1.0	59	4.0	115	5.0	171	2.0		
4	3.0	60	3.0	116	5.0	172	2.0		
5	4.0	61	2.0	117	4.0	173	2.0		
6	1.0	62	4.0	118	5.0	174	5.0		
7	3.0	63	4.0	119	5.0	175	5.0		
8	3.0	64	2.0	120	5.0	176	4.0		
9	4.0	65	4.0	121	3.0	177	3.0		
10	4.0	66	4.0	122	4.0				
11	4.0	67	3.0	123	2.0				
12	3.0	68	4.0	124	2.0				
13	3.0	69	5.0	125	4.0				
14	1.0	70	3.0	126	4.0				
15	4.0	71	2.0	127	3.0				
16	3.0	72	3.0	128	4.0				
17	3.0	73	3.0	129	3.0				
18	5.0	74	4.0	130	4.0				
19	5.0	75	4.0	131	4.0				
20	5.0	76	4.0	132	3.0				
21	3.0	77	3.0	133	4.0				
22	5.0	78	4.0	134	3.0				
23	3.0	79	3.0	135	4.0				
24	3.0	89	4.0	136	2.0				
25	4.0	81	3.0	137	4.0				
26	3.0	82	4.0	138	4.0				
27	3.0	83	4.0	139	3.0				
28	3.0	84	4.0	140	5.0				
29	3.0	85	3.0	141	3.0				
30	3.0	86	2.0	142	5.0				
31	2.0	87	5.0	143	1.0				
32	3.0	88	2.0	144	1.0				
33	1.0	89	4.0	145	3.0				
34	2.0	90	1.0	146	3.0				
35	4.0	91	4.0	147	4.0				
36	4.0	92	5.0	148	4.0				
37	1.0	93	4.0	149	4.0				
37	4.0	94	4.0	150	2.0				
39	3.0	95	4.0	151	1.0				
40	5.0	96	4.0	152	5.0				
41	1.0	97	4.0	153	4.0				
42	1.0	98	5.0	154	1.0				
43	1.0	99	3.0	155	2.0				
44	3.0	100	4.0	156	4.0				
45	2.0	101	5.0	157	1.0				
46	1.0	102	4.0	158	4.0				
47	3.0	103	1.0	159	4.0		LEGENDA	Péssima	1
48	4.0	104	5.0	160	1.0			Má	2
49	3.0	105	2.0	161	4.0			Razoável	3
50	4.0	106	4.0	162	4.0			Boa	4
51	3.0	107	4.0	163	3.0			Excelente	5
52	3.0	108	4.0	164	3.0		TOTAL	Péssima	23
53	4.0	109	5.0	165	3.0			Má	22
54	3.0	110	3.0	166	4.0			Razoável	47
55	1.0	111	3.0	167	1.0			Boa	63
56	4.0	112	4.0	168	2.0			Excelente	22

QUADRO XLVI									
Importância de haver transmissão de programação educativa nos canais de televisão									
1	1.0	57	1.0	113	1.0	169	1.0		
2	1.0	58	1.0	114	1.0	170	1.0		
3	1.0	59	1.0	115	1.0	171	1.0		
4	1.0	60	1.0	116	1.0	172	1.0		
5	1.0	61	1.0	117	1.0	173	1.0		
6	1.0	62	1.0	118	1.0	174	1.0		
7	1.0	63	1.0	119	1.0	175	1.0		
8	1.0	64	1.0	120	1.0	176	1.0		
9	1.0	65	1.0	121	1.0	177	1.0		
10	1.0	66	1.0	122	1.0				
11	1.0	67	2.0	123	1.0				
12	1.0	68	1.0	124	1.0				
13	1.0	69	1.0	125	1.0				
14	1.0	70	1.0	126	1.0				
15	1.0	71	2.0	127	1.0				
16	1.0	72	1.0	128	1.0				
17	1.0	73	1.0	129	2.0				
18	1.0	74	1.0	130	1.0				
19	1.0	75	1.0	131	1.0				
20	1.0	76	1.0	132	1.0				
21	1.0	77	1.0	133	1.0				
22	1.0	78	1.0	134	1.0				
23	1.0	79	1.0	135	1.0				
24	1.0	89	1.0	136	1.0				
25	1.0	81	1.0	137	1.0				
26	1.0	82	1.0	138	1.0				
27	1.0	83	1.0	139	1.0				
28	1.0	84	1.0	140	1.0				
29	1.0	85	1.0	141	2.0				
30	1.0	86	1.0	142	1.0				
31	1.0	87	1.0	143	2.0				
32	1.0	88	1.0	144	1.0				
33	1.0	89	1.0	145	1.0				
34	1.0	90	1.0	146	2.0				
35	1.0	91	1.0	147	1.0				
36	1.0	92	1.0	148	1.0				
37	1.0	93	1.0	149	1.0				
37	1.0	94	1.0	150	1.0				
39	1.0	95	1.0	151	2.0				
40	1.0	96	1.0	152	1.0				
41	1.0	97	1.0	153	1.0				
42	2.0	98	1.0	154	2.0				
43	1.0	99	1.0	155	1.0				
44	1.0	100	1.0	156	1.0				
45	1.0	101	1.0	157	2.0				
46	2.0	102	1.0	158	1.0				
47	1.0	103	1.0	159	1.0				
48	1.0	104	1.0	160	2.0				
49	1.0	105	1.0	161	1.0				
50	1.0	106	1.0	162	1.0				
51	1.0	107	1.0	163	1.0				
52	1.0	108	1.0	164	1.0		LEGENDA	Sim	1
53	1.0	109	1.0	165	1.0			Não	2
54	1.0	110	1.0	166	1.0		TOTAL		
55	1.0	111	1.0	167	1.0			Sim	165
56	1.0	112	1.0	168	1.0			Não	12

QUADRO XLVII									
Possíveis Canais que transmitem Programação Educativa									
1	Odisseia	57		113	RTP2	169	SIC		
2	RTP1	58	RTP2	114	RTP2	170			
3	RTP2	59	RTP	115	RTP2	171	RTP2		
4	Discovery Channel	60	RTP2	116	RTP1	172	RTP2		
5	RTP2	61	RTP2	117	RTP2	173	RTP2		
6		62	RTP2	118	Discovery Channel	174			
7	RTP2	63		119		175	RTP2		
8		64	RTP2	120		176	RTP2		
9		65	RTP2	121	RTP2	177	RTP2		
10	Baby TV	66	RTP2	122	Discovery Channel				
11	SIC	67		123	RTP2				
12	RTP2	68		124	Discovery Channel				
13	Odisseia	69	RTP2	125	RTP2				
14	Odisseia	70	RTP2	126					
15	Discovery Channel	71		127	RTP2				
16	RTP2	72	Canal História	128	RTP2				
17	RTP2	73		129					
18	Discovery Channel	74		130					
19		75		131					
20	Discovery Channel	76		132	Odisseia				
21	Discovery Channel	77		133					
22	RTP2	78		134					
23	RTP2	79	RTP2	135	RTP2				
24	SIC Mulher	89	RTP2	136					
25		81		137					
26		82	RTP2	138	RTP2				
27	RTP2	83	SIC	139	RTP2				
28	RTP2	84	RTP2	140					
29	RTP2	85	TVI	141					
30	SIC	86	RTP2	142	Discovery Channel				
31	BBC	87		143					
32	RTP1	88	SIC	144	RTP2				
33	RTP2	89		145					
34	RTP2	90		146					
35	RTP2	91	RTP2	147	Discovery Channel				
36	RTP2	92	TVI	148	RTP2				
37	RTP2	93	RTP1	149					
37	História	94	RTP2	150					
39		95		151	RTP2				
40	Odisseia	96		152					
41	Odisseia	97	RTP1	153	Disney Channel				
42		98		154					
43	RTP2	99		155					
44		100		156	Baby TV				
45		101	SIC	157					
46		102		158	RTP2				
47		103	Discovery Channel	159	Canal História				
48		104	RTP2	160					
49	RTP2	105	Discovery Channel	161	Canal História				
50	RTP2	106	Canal História	162	SIC				
51	RTP2	107	RTP1	163					
52	RTP2	108	RTP1	164					
53		109	RTP1	165					
54	RTP2	110	RTP2	166	Disney Channel				
55		111		167	RTP2				
56		112		168	RTP2				

QUADRO XLVIII									
O que mudaria na Televisão portuguesa actual									
1	1	57	10	113	9	169	9		
2	1	58	10	114	11	170	9		
3	2	59	3	115	6	171	7		
4	3	60	3	116	7	172	9		
5	4	61	6	117	9	173	9		
6	3	62	6	118	9	174	9		
7	3	63	9	119	6	175	4		
8	9	64	6	120	9	176	9		
9	9	65	4	121	3	177	9		
10	9	66	6	122	11				
11	3	67	10	123	7				
12	3	68	9	124	3				
13	3	69	7	125	9				
14	9	70	9	126	9				
15	1	71	7	127	3				
16	9	72	9	128	3				
17	9	73	3	129	3				
18	11	74	3	130	9				
19	9	75	11	131	9				
20	9	76	7	132	3				
21	2	77	10	133	9				
22	5	78	3	134	3				
23	9	79	9	135	3				
24	3	89	7	136	9				
25	3	81	9	137	9				
26	9	82	7	138	4				
27	3	83	9	139	5				
28	7	84	7	140	9				
29	5	85	4	141	9				
30	5	86	7	142	9				
31	3	87	7	143	9				
32	9	88	9	144	9				
33	3	89	7	145	9				
34	7	90	6	146	3				
35	9	91	7	147	7	LEGENDA	Passaria mais documentários e séries		1
36	9	92	6	148	9		Acabaria com os programas que alimentam sectores negativos da sociedade		2
37	6	93	3	149	7		Reduziria o n.º de telenovelas		3
37	9	94	6	150	3		Não adoptaria programas de entretenimento do estrangeiro		4
39	10	95	6	151	9		Transmitiria mais filmes e séries em Português		5
40	9	96	3	152	3		Diminuiria o tempo dos intervalos		6
41	9	97	6	153	4		Reduziria a publicidade		7
42	9	98	7	154	3		Criaria mais canais generalistas		8
43	4	99	9	155	9		Não mudaria nada		9
44	6	100	9	156	9		Mudaria tudo		10
45	3	101	7	157	9	TOTAL	Criaria mais programas educativos		11
46	3	102	6	158	9		Passaria mais documentários e séries		2
47	9	103	7	159	7		Acabaria com os programas que alimentam sectores negativos da sociedade		3
48	10	104	9	160	3		Reduziria o n.º de telenovelas		41
49	11	105	3	161	7		Não adoptaria programas de entretenimento do estrangeiro		8
50	3	106	9	162	10		Transmitiria mais filmes e séries em Português		3
51	11	107	2	163	9		Diminuiria o tempo dos intervalos		17
52	3	108	6	164	9		Reduziria a publicidade		22
53	9	109	6	165	4		Criaria mais canais generalistas		1
54	3	110	3	166	9		Não mudaria nada		66
55	11	111	3	167	3		Mudaria tudo		6
56	6	112	9	168	3		Criaria mais programas educativos		8